

JÓZSA György Zoltán

Nőiség és megismerés. Vlagyimir Szolovjov szophiológiája az orosz ifjúszimbolisták értelmezésében

Absztrakt

A tanulmány tömören összegzi a Nőieségről szóló tanítások az orosz századfordulón jelentkező variánsainak némely forrását, bemutatva legfőbb képviselőit. Kiinduló pontul szolgál a címben megjelölt Vlagyimir Szolovjov Sophia-tana, melynek hatása nemcsak a soron következő irodalmi nemzedék poétikáját és útkereséseit határozta meg, valójában több vonatkozásban kimutatható az analitikus pszichológiában is. Ezek a párhuzamos útkeresések a gnoseológia spirituális gyökereinek tudatosulására mutatnak rá, hiszen Sophiát gnoseológiai és gnosztikus fogalomként is „rendező elvként” fogták fel. A Sophia-tan előzményei az orosz kultúrában is kimutathatók.

Kulcsszavak: örök Nőiség, Sophia, Vlagyimir Szolovjov, orosz szimbolizmus, gnoseológia, anima.

The Feminine and Cognition. Vladimir Solovyov's Sophiology Interpreted by the Younger Generation of Russian Symbolists

Abstract

The study laconically summarizes some sources of doctrines on the Feminine occurring in the fin-de-siècle Russia, introducing their chief representatives. The teaching on Sophia by Vladimir Solovyov serves as a starting point, whose impact determined not only the poetics and seekings of the subsequent generation of men of letters, in fact, in several aspects it can be detected in analytical psychology. These parallel way seekings are pointed at the cognition of spiritual roots of gnoseology, since Sophia as a concept of both gnoseology and Gnosticism, was acknowledged as ‘a principle setting order’. Antecedents of the Sophia-doctrine can be detected in Russian culture.

Keywords: Ewig-Weibliche, Sophia, Vladimir Solovyov, Russian Symbolism, gnoseology, anima.

Vlagyimir Szolovjov (1853–1900),¹ az első nyugati fogalmak értelmében vett orosz bölcslő pályáját kezdettől a Nőiség határozta meg. Felmérhetetlen jelentőségét az életművében foglalt orosz és egyetemes kultúrszintézis adja, a kortárs Radlov egyenesen Platónnal és Nietzsche-vel együtt emlegeti.² Személyiségét hitelesen tükrözi a költő Alekszandr Blok megfogalmazása, aki „lovag-szerzetesnek” nevezte 1910-es esszéje címében. (Szükséges megjegyeznünk, hogy az orosz kultúrából a sajátos történelmi fejlődés folytán a lovagkor éppen elmaradt.) Szolovjov érdeme, hogy az Örök Nőiség szerepét keresztény kontextusban igazolja, továbbá, hogy „lefordítja” a keresztény tanítás lényegét a modern ember fogalomtárára apellálva.

Korai írásában, a Pétervári Egyetemen megvédett magiszteri disszertációjában, *A nyugati filozófia válsága* (1874) című értekezésében Szolovjov a filozófia elsődleges tárgyaként újszerűen és objektíven a „megismerő ént” definiálja, azon megkötéssel, hogy bármely meghatározás magában hordozza a pontatlanságot. A pozitivizmus a bölcslő értelmezésében zátonynak bizonyult, amennyiben főként természettudományos módszereket vesz alapul, az egzakt gondolkodás extenzív ágát képviseli, ám lévén a heurisztikát nélkülözi, nem lehet a megismerés eszköze. Szolovjov az egyes fogalmak értelmét nem csupán a jelenség filozófiai-tudományos leírásában látja, hanem a szobornosztty (kb. ‘gyülekezetiesség’, ‘a vallási közösségi szellem’) kollektív-spirituális elve szerint alakuló életében, a hívő, s végső soron a szertartás által egyesített közösség tudatában. A válság okát elsődlegesen a pozitivizmus adathalmozó, ám megismerést nem szolgáló rendszerében jelöli meg. Szolovjov fellépésével és azt követően indul meg az a szintézis, mellyel az orosz kultúra sajátos keresztény szemszögéből méri fel önnön szophikus gyökereit, egyúttal a nyugati bölcselet kérdéseire is feleleteket keres. Sophia eszerint, az Isteni Bölcsesség már a szó nyelvtani neme okán is, nőnemű princípium, a hímnemű Atyaisten nőnemű korrelátuma, melynek nemcsak a Teremtésben van kulcsszerepe, hanem az eszkhatológiai folyamatot is Ő jelzi és zárja. Mély gyökereit az orosz hagyományban jól jelzi, hogy Sophiának szentelték az oroszország első, ősi székesegyházait közvetlenül a kereszténység felvétele után mind Kijevben, mind Novgorodban. Kultuszát Vlagyimir

¹ Vlagyimir Szergejevics Szolovjov műveinek és az orosz szophiológiának az átfogó kutatása Magyarországon viszonylag későn indult meg. Ez betudható a filozófust hazájában övező hallgatásnak, mely a forradalom után állt be. Egyáltalában az orosz századforduló, különösképp a szimbolizmus némely szerző kivételével szigorúan tiltott gyümölcsnek minősült a 70-es évek végéig nemcsak az anyaországban, de szerte Kelet-Közép-Európában. Egyszerűen törölték a kánonból, a hazai irodalom- és kultúrtörténetből. Loszev 1983-ban, ill. 1990-ben napvilágot látott, Vlagyimir Szolovjovnak szentelt orosz nyelvű életrajza, ill. monográfiája már a peresztrojkát megelőző pezsdülésben kerülhetett nyomtatásba. Szilárd Léna, az ELTE egykori professzora, nemzetközi hírű kutató akkoriban még a teljes keleti blokkban elsőként vette fel Vlagyimir Szolovjov verseit és filozófiai műveiből szemelvényeket nem kis vihart kavart, különös becsben tartott, kétkötetes, orosz szakosoknak rendszeresített egyetemi szöveggyűjteményébe (Силард, 1979, I: 55–88.), mintegy négyoldalas alapos bevezetőben mutatva be a költő-filozófus alkotói pályáját, akinek verseiből és drámai műveiből válogatás először csupán 1974-ben jelenhetett meg a Szovjetunióban. Ez a Szolovjov munkásságát taglaló szakasz sajnos kimaradt az újabb, szakos egyetemistáknak szánt orosz irodalomtörténetből, ahol a szerzők Szolovjovot már csupán szórványosan emlegetik. Időrendben a Szolovjov-kutatás ezek után a következő munkákban követhető nyomon: (Йожа, 2001; Kisfalvi, 2001; Hajnády, 2002; Dukkon, 2003; Farkas, 2012; Hajnády, 2017; Hajnády, 2021), újabban művei is napvilágot látnak főképpen monográfusa fordításának köszönhetően (Szolovjov, 1993; 2014; 2015; 2018).

² (Русская литература XX века: I, 379.)

Szolovjov a nyugat-európai Madonna-kultusszal rokonítja, egyebek mellett a csetohowai Szűz Anyát övező tisztelettel.

A keresztény eszkatológia Szentírásban található foglalata Szolovjov számára korántsem elvont theológia tanítás, hanem valóság: a történelem menetét meghatározó folyamatok és események természetéről szóló kinyilatkoztatások összessége. Groys ebben véli felfedezni a Sophia-fogalom és a nyugati értelemben vett „tudatalatti” közti hasonlóságot (a szerző sajátos hatalomfilozófiai és taktikai szempontú közelítése értelmében – mellyel a freudi paradigma fogalmait Kelet és Nyugat stratégiai küzdelmének síkján is értelmezi – a Nyugat tudatalattijának ismerete a szolovjovi megfogalmazásra tekintettel az orosz taktika számára közelebb visz a Nyugat legyőzéséhez).³ Sophiát a modern kultúrtörténész Odesszkij az orosz kultúra lényegéeként, ontológiája részeként fogalmazza meg: „Sophia annyiban jelentkezik a (kijevi) Ruszban, amennyiben létezik az orosz kultúra.” Kijelentését annyiban pontosítja, hogy a „folyamatosan fennálló” hagyományt aligha találja valószínűsíthetőnek.⁴ Ezzel szemben konkrétan a pravoszláv egyházban tovább él a hagyomány, ez nemcsak az ikonfestészetben, hanem a liturgiában és a Mennyei Bölcsességnek szentelt szertartás, ill. liturgikus énekek révén is fennmaradt.⁵ Theológiai értelemben Sophiát az orosz szophiológia három mariológiai aspektusából megfeleltetik a Maria Immaculata, Maria Assumpta és Maria Ecclesia fogalmainak.⁶

Vlagyimir Szolovjov a lehető legszélesebb körű forrásokból merít. A Biblia könyvei mellett az Isteni Bölcsességet kutatja a különféle gnosztikus irányzatok fennmaradt irataiban, az egyházatyák könyveiben, a pravoszláv theológiában, Boehme, Arnold, Pardage, Gichte és Bader munkáiban, a szépirodalom egyetemes és nemzeti hagyományaiban (Dante, Petrarca, Novalis, Fet, Tyutcsev, Polonszkij), a XVIII–XIX. századi német filozófiában, az európai misztikus-ezoterikus hagyományban, az alkímiában, a szabadkőműves és rózsakeresztes misztikában. Dosztojevszkij Szonjáját a *Bűn és bűnhődés*ből Szergij Bulgakov a szolovjovi Sophia előérzetének tekinti. (Szolovjov 1873-tól 8 éven át volt Dosztojevszkij rendszeres látogatója, elkísérte a nagy író Optinya Pusztiny kolostorba zarándoklatra, Aljosa Karamazov figuráját Dosztojevszkij róla mintázta.)

Minden valószínűség szerint Szolovjov jutott legmesszebbre azon az úton, ami C. G. Jungot végső fokon az *anima* megfogalmazásához vezette.⁷ Szolovjov ugyanis – a nyugati filozófia partikuláris és univerzális fogalmaihoz fordulva – egyetemessé emeli az egyénit (ez különösképp *A szerelem értelme* című traktátusban megfogalmazott bensőséges, „intim” és „egyetemes” megtapasztalás egyéneken felülkerekedő, az egyént a teljességgel egyesítő állapot szelíd összhangjából csendül ki.) Szolovjov intuitíve, mintegy sejtésképpen mutat rá egyben arra, hogy az egyén naiv fogalmának definícióját felül kell vizsgálni. Jung szükségképpen első-

³ (Groys, 2006: 240.)

⁴ (Одесский, 1994: 86.)

⁵ (Hajnády, 2002: 248.)

⁶ (Бонецкая, 1995: 97.)

⁷ A párhuzamos gondolkodás nem csupán a véletlen műve, az azonos források mellett számtalan kölcsönhatással kell számolniuk a téma kutatására vállalkozó szakembernek. Erről lásd (Etkind, 1999, Рычков 2010).

sorban az egyén pszichológiájára megalkotott fogalomrendszerből indul ki, miközben Szolovjov a Nagy Egészt intuitíve megragadni igyekvő szimpátia-tan és annak neoplatonikus fejleményei alkotta megközelítésrendszert vegyíti a keresztény egzegézis és a filozófiai fogalomalkotás módszereivel. (Ez a szinkretikus rendszer van leginkább összhangban az orosz univerzalizmus hagyományával.) Jungnak talán egyik legnagyobb érdeme annak a már-már mindmáig láthatóan felfoghatatlan ténynek a megállapítása, mely szerint az ún. „egyén” nem kizárólagosan önmagában létező jelenség. (Úgy is fogalmazhatnók, hogy a felfuvakodott európai és észak-amerikai civilizáció által kitermelt önközpontú ember elé tart görbe tükröt.) Egyén márpedig az egyént megelőző múlt nélkül nem létezik, – állítja Jung – hiszen az ősök tapasztalatából áll össze egyik meghatározó törekvésének képe, azaz az *anima*: „Minden férfi kezdettől fogva magában hordja a nő képét”, mely „alapjában véve tudattalan, ősidőkből származó, s az élő rendszerbe bevésődött örökletes anyag” „az ősök sorának a női lényről szerzett összes tapasztalata nyomán”.⁸ Ergo Jung az animát nem individuális, hanem kollektív úton létrejövő princípiumként definiálja. Az egyén pusztán osztozik benne.

Sophia földi képmásaival történő találkozások, az empirikus megtapasztalás Szolovjov életrajzában fontos része. A Sophia-elv kutatása egyáltalán nem szorítkozik az absztrakciók szférájára. A Sophia-tan,⁹ mely az orosz kultúrában ugyan explicit módon, de nem egységesen és nem rendszerezetten Szolovjov írásaiban jelenik meg először, készíti Anna Schmidtet, egy Nyizsnyij-Novgorod-középkorú hajadont, hogy levélben keresse meg a bölcselőt, önmagát Sophia reinkarnációjának, Szolovjovot pedig Krisztus egyik „földi megtestesülésének” mondvá.¹⁰ Kettejük viszonyát Szerгий Bulgakov atya, felszentelt pap, vallásfilozófus, az orosz szophiológia egyik meghatározó képviselője később „asztrális flörtnek” minősíti az okkult és misztikus elemek vegyülése okán.¹¹ Schmidt tollából, aki rövid gimnáziumi franciatanárnői működése után újságíróként és fordítóként kereste kenyerét, származik a Nyikolaj Bergyajev által az első valódi orosz misztikus tanításként méltatott *Harmadik szövetség*, a Biblia könyveinek továbbírása test és lélek racionális dilemmájával, melynek középpontjában Anna Margaritha van, akit az Atya másodszor is a földre küldött a világ bűneinek sokasodásával. Gyakorlatilag egy nőközpontú szentírással van dolgunk. (Később A Schmidt személyesen felkeresi a két fiatal szimbolista költőt, Andrej Belijt és Blokot is, akik számára érezhetően szánalommal vegyülő csalódást hoz.) Szolovjov kora kamaszkorától fogva empirikus tényekként rögzíti a Sophia-jelenések megtapasztalását, s ez lírai formában kap helyet *Három találkozás* című költeményében. Maga Szolovjov az Örök Nőiség első orosz prófétája lett, amennyiben írásaiban a goethei romantikus drámai költeményből átvett „Ewig-Weibliche” kifejezést azonosítja a zsidó-keresztény hagyományban, különösen a pravoszláv hitben jelenlévő Hokhma-Sophia

⁸ (Jung, 1997: I, 50.)

⁹ A Kortárs Női Reflexiók Fóruma és kutatóintézete jóvoltából átdolgozott újrakiadásban a Sophia-tan, szophiológia témakörében nemrég jelent meg átfogó, teológiai szakmonográfia, görögkatolikus szemszögből a trinitárius elv újragondolásával a közelmúltban távozott Cselényi István Gábor Atya tollából. A szerző a Szentlélekben látja ezt a Teremtésben is megjelenő női princípiumot továbbélni, az elméletét bizonyító egyik érvet egy félrefordításban véli megtalálni. Különleges analógiát is találunk a Babba Mária erdélyi kultuszának vonatkozásában. Lásd (Cselényi, 2021).

¹⁰ Anna Schmidt önnön reinkarnációjáról vallott nézetét részletesen ismerteti Cioran (Cioran, 1973: 44).

¹¹ (Булгаков, 1976: 75.)

elvel, mely a katolicizmusban kevésbé hangsúlyos Sapientia elvnek felel meg. Szolovjov tanításait és levelezését 1900-ban bekövetkezett korai halála után nyomban 12 tekintélyes kötetben kezdték kiadni.

Hatása már életében az épp csak felbukkanó orosz szimbolisták első nemzedékében is tapasztalható. A vallás felé történő törekvés már körökben tetten érhető: válasz gyanánt jelentkezik Nietzsche – mélyértelmű, bár önmagában értelmezve értelmét veszítő – kijelentésére is, mely szerint „Meghalt az Isten”. A spirituális gyökereit féltve ápoló orosz kultúra felelete az értelmiség körében terjedő Istenkeresés lett, mely különféle alakokban jelentkezett. (Egy sajátos vallásos út prófétája ez idő tájt Tolsztoj.) Zinaida Gippiusz, Merezkovszkij felesége, kiváló költő és esszéista a XIX. század végén az Istenkeresés másik okát még a korabeli értelmiség vallástalanságában jelöli meg. A két költő-barát Valerij Brjusov és Konsztantyin Balmont esetében a rendszeres filozófia és teológia iránti érdeklődést kioltja a misztikus-ezoterikus irodalom tanulmányozása. Merezkovszkij vallásfelfogása ettől is eltér: a humánus, lélekre összpontosító kereszténység, a tévutakat is megjárt történelmi kereszténység újjászületését annak hellenizációjától, az elfeledett test erejének, harmonikus értékének újrafelfedésétől remélte. Irodalmi alkotásai sorában a szolovjovi apokaliptikus tanításnak rendelődik alá *Krisztus és antikrisztus* című, kronológiai síkon látszólag összefüggés nélkül a bizánci, a reneszánsz és a kora felvilágosodás korában játszódó regénytrilógiája. Az összekötő kapcsot a nőiség és szerelem pogány megtestesülése, a Julianus bizánci császár történetétől egészen Nagy Péter koráig vándorló Vénusz-szobor jelenti. Pogány valójában a vér szavát jelképezi minden korban, a kiontott vér, az emberiségért hozott áldozat megváltó ereje mellett. Valerij Brjusov más oldalról nemcsak a spiritiszták folyóiratát szerkeszti, titkos tanításokról szóló könyvek keze ügyében hevernek íróasztalán (a téma feldolgozását a *Tűzes angyal* című magyarul is olvasható regényében találjuk, mely a szolovjovi női elvre is sokban reflektál a reformáció korába helyezett stilizált szerelmi háromszögben, egy önéletrajzi esemény parafrázisában elbeszélte szenvedélyes és erotikus történetben). Brjusov a kortársak szemében az orosz szimbolizmus ünnepezt mestere, nem egyszer igazságtalan ítéssz, Atlantisz mítoszának fáradhatatlan kutatója és értelmezője volt. Fjodor Szologub főleg regényeiben (*Legenda születik, Undok ördög*) a nőiséget szakrális és profán kettősségében, angyali és démoni előjelekkel ábrázolja. *Hol rejtőzöl...* (1887) kezdetű versében feltűnik a titokzatos női princípium, a megszólított szépség, álombéli „tiszta fényként szerteáradó” látomás.¹² Remizovnál a témát tragikus ironia, a valóság adta „degradáció” érzete övezi, Hodaszevics retrospektív értékelése szerint a remizovi „debil fehérszemély” alakjában a provinciális tömegvalóság kerül szembe a szolovjovi éterikus, magas nőideállal. Minszkij sem kerül meg a jelenség feletti elmélkedést, kissé szkeptikus írásában Beatrice alakja a vizsgálat tárgya.

Ugyanakkor sem az első nemzedék, sem a második nemzedék nem tud szabadulni a szerelem extatikus, erotikus élményéből fakadó filozófiai kísértésektől, annak jövőendő utópiaként megjelenő képétől (ennek torz mását fogalmazza meg szarkasztikus tónusban majd Jevgenyij Zamjatin világhírű regénye, a magyarra is lefordított *Mi* című antiutópia, melyben az „ideális” állam a szexualitást mindenki számára „biztosítja”, de felügyelete alatt tartja, s

¹² Magyarul is olvasható Baka István fordításában (Orosz szimbolista költők. Baka István fordításában: 30).

elszakítja a gyermeknemzés örömétől.) Ennek számos megnyilatkozása azonosítható a Vjacseszlav Ivanov által prófétált Misztikus szerelem tanában, a Merezskovszkij-házaspár által vallott *Harmadik szövetség* jövőképében.¹³

Mindez a századfordulóra érik be, Vlagyimir Szolovjov halálának idejére. Az „új irodalom” megszületésében, – melyet az Sz. Vengerov által szerkesztett a század első évtizedét összegző alapos, kétkötetes irodalomtörténeti munka szerzői, korabeli írók, költők és kritikusok, irodalomtörténészek differenciáltan a „neoromantika”, „modernista szintézis”, „dekadencia”, „szimbolizmus” terminusokkal írnak le – Szolovjov szerepe kiemelkedik. A kiterjedt család (történészek, művészek, írók) a figyelem középpontjában áll, Szolovjov tekintélyes szava és esztétikai ítélete még életében az egyes irányzatok megítélésében is döntő,¹⁴ filozófiai öröksége meghatározó. Költőként Szolovjovot egyébként ugyanebben az irodalomtörténeti munkában Ivanov-Razumnyik „szimbolistának” nevezi.¹⁵ Az 1900-as évek elejére az orosz intellektuális légkör telítődik a Sophia-elv kisugárzásával. Még a szimbolistának nem tekinthető, a szkeptikusként felfogott Csehov *Sirály* (1896) című drámája is egy – témánk szempontjából igen fontos – paródiaképpen is felfogható jelenettel kezdődik: a fiatal dekadensekhez igencsak hasonlító Trepljov darabjában (a *Hamletet* megidéző színház a színházban), rögtön a mű elején, a kusza, reményvesztett tónusú monológ indításában Nyina Zarecsnaja önmagát a „világlélekkel” (vagyis Sophiával) azonosítja.¹⁶ A századvég ugyanakkor a klasszikus orosz világvége-várás jegyében az Apokalipszis elkövetkezésének gondolatával társul, utóbbi Szolovjov jóslata értelmében az ősi harmónia helyreállítását, az egymásról elszakadt férfi-női princípium egységének visszanyerését, Kelet és Nyugat keresztény egyházainak újraegyesülését hozza. Zálogát mindennek éppen a női elv, az Isteni Bölcsesség, Sophia jelenti, Sophia egyesítő, harmonizáló princípiuma kínálja.

Ennek megfelelően értelmezik Sophiát az orosz szimbolisták második nemzedékének képviselői is.¹⁷ Szolovjov misztikus filozófiájának hatása azonban itt teljes mértékben érvényesül. Korántsem hóbortos, bohém fiatalemberekről van szó, hanem jeles családok kitűnő képzésben részesült, felvilágosult, elhivatott sarjairól. A művészet önmeghatározási kísérletei, a relativizálódó individuum az orosz kultúrában amúgy is ingatag helyének, méltóságának megőrzése izgatja őket; a megismerés és önmegismerés gnoszeológiai és gnosztikus életfeladata épp ennek az Örök Nőiségnek a közelébe vitte ezt a csoportosulást. Értendő ezalatt a pétervári szimbolisták csoportja, továbbá az ún. moszkvai „argonauták” köre, a Medtner-fivérekkel (egyikük a világhírű zeneszerző, a másik az emigrációban Jungot fordítja majd), Vlagyimirovval, Ertyellel és Kiszeljovval. (Utóbbiaknak már programja is „alkimisztikus” célokkal tarkított volt: a Jászón által keresett aranygyapjút kívánták meglegelni, így választották a csoportnak a nevet.) Számukra „készen kapott dilemma” volt a szolovjovi Sophia annak karnális

¹³ Erről lásd (Matic, 2005). Figyelemreméltó válogatást közölt tanulmányokból és publikálatlan szépirodalmi szövegekből a Novoje lityeraturnoje obozrenyje kiadója is (Эротизм без береров).

¹⁴ (Русская литература XX века: I, 45, 259, 334.)

¹⁵ (Русская литература XX века: II, 190.)

¹⁶ A mű szolovjovi párhuzamairól lásd (Бароти, 2006: 91–99).

¹⁷ A szolovjovi eszmevilág hatásáról az első legpontosabb olvasatot Blok és Belij esetében az irodalmi szövegekből levezetve Mocsulszkij herceg, emigráns irodalomtörténész dolgozta ki. Lásd (Мочульский 1997).

és spirituális kettősségből adódó folyamánként. Ivanov-Razumnyik lakonikus megfogalmazása szerint a költő, író, esszéista Andrej Belij számára Szolovjov hovatovább „lelki tanítót” jelentett a szó spirituális értelmében, s joggal tehetjük hozzá: a kortársak közül igen sokak számára még.¹⁸ Egyúttal a Nietzsche által bináris oppozíciók sorával leírt antinomikus létezés kettősségeiből adódó végletesség feloldását tűzték ki a világ átalakítására törő új művészet feladatául. Az ógörög kultúra által kultusszal övezett (és Nietzsche korai írsaiban megfejtett és konceptualizált) Apollón és Dionüszosz jelentette ezen antinómiáknak, az emberi psziché ellentmondásainak szimbolikus kivetülését, megtestesülését. Ezen a ponton lépett be a német idealista filozófia hagyománya, mely az orosz szimbolisták második nemzedékének kereséseiben a német (jelesül jénai) romantikához való visszanyúlást vonta maga után.

Sophia e nemzedék értelmezésében kezdte megmutatni igazi önmagának sokféleségét. Ha az intuitív, igen olvasott, a természettudományok és a hit logikai szintézisét megalakítani kívánó Jelena Blavatszkaja, a Teozófiai Társaság kételyekkel is övezett megalapítója a „fátyoltalan Ízisznek” szenteli vaskos munkáját (Párizsban Vszjevobod Szolovjov, épp a filozófus bátyja sokáig Blavatszkaja környezetében él, erről az időszakról csalódott könyvet is ír), Blavatszkaja tehát szintén a titkok és megismerés metaforikus szinonimájaként kezelt női elvre irányítja a figyelmet. Az ókori hagyományból származó, világot működtető („világot mozgató”) női princípium az Anima Mundi gondolatától fogva az ifjúszimbolistákat nemcsak Szolovjov szövegeinek alapos tanulmányozására sarkallja, hanem a női elvnek a mitologikus képzetektől kezdve, költészeti lenyomatain át valamennyi megnyilvánulását és forrását igyekeznek felkutatni. Sophia a szeretet és a Szentlélek országa eljövételével azonos fogalommmá vált, a férfi és nő közti ellentét leküzdésének ígérete lett a szerelem harmonizáló princípiuma révén. Ezen a ponton a szolovjovi filozofémában Franz Baader tanításainak aspektusait fedezhetjük fel.¹⁹

A szimbolisták második nemzedéke – Vjacseszlav Ivanov, Andrej Belij, Alekszandr Blok, Szergej Szolovjov, Ellisz (Lev Kobilinszkij írói álneve), a korai Kuzmin, valamint Gorogyeckij – számára a szolovjovi szövegkorpusz annak forrásaival egyetemben kiinduló pontként jelentkezett. Annak a marxista fogalom szerinti „keresztény utópikus” üzenetével együtt.²⁰ Többüket pályájukon Szolovjov indított el. Ha Brjusov korai verseit szellemesen parodizálta is, nem kétséges, hogy az orosz szimbolizmus sajátos útjának alakulásában kulcsszerepe volt. Blok és Andrej Belij felidézi, ahogyan messziről látta, ill. személyesen még találkozhatott is a filozófussal. Belijnek írói álneve kiválasztásával gyakorlatilag „keresztapja” lett, később *Apokalipszis az orosz költészetben* (1905) című cikkéhez meghatározó módon filozófiája szolgáltatta az alap gondolatot. Vjacseszlav Ivanov verseit még első felesége mutatta meg Vlagyimir Szolovjovnak, értékítéletének súlyát tartva szem előtt.²¹ A Vjacseszlav Ivanov pétervári, a Tauriszi kerthez közeli, a kupolát és az alatta lévő szintet egyesítő lakásáról elnevezett „toronyban”, magasba törő otthonában folyó elit értelmiségiek számára nyitott „szerdai” zsúrok az antik

¹⁸ (Русская литература XX века: II, 191.)

¹⁹ Vlagyimir Szolovjov köztudomásúan merített Franz Xaver von Baader szophiológiájából is, mely részben Baader Naplójában maradt fenn. Vö. (Баадер, 1990: 56–58, 256–257.)

²⁰ Lásd (Быстров, 2012).

²¹ (Русская литература XX века: II, 104, 160, 230.)

platóni *Lakoma* mintájának imitációja révén, VI. Szolovjov *A szerelem értelme* című értekezése nyomán a beleélés és átélés útján a lelket az archaikus tudatműködés megtapasztalásával voltak hivatottak megajándékozni. A látogatók a tógába-tunikába öltözött háziakkal a szerelem értelméről folytattak disputát. Ivanovot, akit klasszika-filológusként, az archetípusok korai azonosítójaként tartunk számon (C. G. Jung később intézetébe invitálta munkatársul), a Dionüszosz-vallás kutatójaként, elsősorban a *misztikus szerelem* konceptusa, földi és égi találkozása, az extázisban rejlő szakrális potenciál, Isten megtapasztalásának lehetősége foglalkoztatta. Ideálja megvalósulását, a Szolovjovtól megismert Kelet és Nyugat elszakadt egyházainak egyesítését úgy látta biztosítva, ha önnön életével valósítja meg: ortodox keresztényként egy olyan szertartás révén lett a Katolikus Egyház híve, mely megengedi, hogy ortodox hitét megtarthassa. Költészetének ezoterikus voltát a befogadói oldaltól megkívánt erudíció hiánya megnöveli. Ivanovot az *örök nőiség* szolovjovi-goethei elve vezette már akkor is, mikor mintegy „modernkori Beatriceként” Firenzében ismerve meg második feleségét, Puskin távoli ősének leszármazottját, Dante *Komédiája* ezoterikus üzenetének, vagyis a pogány és keresztény világ közt kapcsot tételező sejtésének igazolhatósága nyomába eredt. A két, szerelemhez kötődő, szülő-attribútummal felruházott istenség, Krisztus és Dionüszosz közötti analógiák feltárásának ígérete tüzelte Ivanov képzeletét. Szerelemfilozófiája lírája fő vonulatát jelöli ki: *Narkisszosz. A pompeji bronzszobor* című versének titokzatos alakja az Ovidiusnál fennmaradt történetnek megfelelően „teljes tökélytől telve tévelyeg epekedve”²² Aphrodité istenasszony parancsával szegül szembe, vagyis Sophia egyesítő elvének fonákját, az elszigetelődő ént jeleníti meg. Az életrajzi megvalósulásokkal egybefonódó poétikai elvrendszer, filozófiai, világlátásbeli egység az „életalkotás” orosz szimbolista elvének gyakorlati érvényesülését mutatja. Andrej Belijt és Alekszandr Blokot nemzedéki és rokoni szálak fűzték Szergej Szolovjovhoz, a jeles filozófus unokaöccséhez, az ifjú teológushoz és költőhöz, aki nagybátyja kéziratainak ismerője, később értelmezője és életrajzírója lett. Ez a kötődés a három fiatalember számára a Szolovjov-hagyaték akkoriban nyomtatásban még nem közölt részei tartalmának megismerését tette lehetővé. Miközben a megelőző nemzedék – habár tisztában volt Szolovjov munkáinak egyetemes vallásfilozófiai igazságaival, felmérte szintézisének távolba mutató határait, mely a hit, a mítosz és a filozófia mezsgyéi felett ívelő, egyetemes vallásfilozófiai foglalat igényét hordozza, meghaladva a klasszikus teozófiát (a fogalom itt nem a mozgalomra érthető, hanem a szó hagyományos értelmében vett tanításra és szemléletre), felmutatva ugyanakkor annak értékét, – Szolovjov képzeletében és koncepcióiban elsődlegesen irodalmi „anyagot” látott, ezen, második nemzedék szemlélődését már sokkal inkább tartalmi kérdések kötötték le.

A szolovjovi Sophia-elv értelmezésének tekintélyes dokumentumát kínálja Blok és Andrej Belij korai levelezése, főleg annak 1903 és 1905 közötti legintenzívebb szakaszában keletkezett szövegek. A mintegy 131 levélből álló episztoláris, teoretikus eszmecsere a két költő mintegy „telepatikus” szándéka révén csupán egy napnyi eltéréssel, mintegy egyszerre veszi kezdetét: Blok 1903. január 3-án ír a személyesen nem ismert Andrej Belijnek Moszk-

²² A vers szövegét lásd Balogh István fordításában (Ivanov, 2008: 145–146).

vába, Belij 4-én intéz levelet Blokhoz Pétervárra, leveleik az úton „kereszteznek” egymást. Mindkettejük hangnemét a vallásos idealizmus természetes szférájának biztonsága és bizakodása hatja át. Blok első levelében reagálva Belij ritmikus prózában írt *2-ik szimfóniájára*, a művészetelméleti kérdések és a kortárs szimbolista nemzedék filozófiai előképeinek (Nietzsche, Püthagorász) és költői mitologikus ősképeinek (Orpheusz, Siegfried) taglalásán túl a parttalan szinkretizmus iránti kételyének ad hangot: a gnosztikus eredetű „Szivárványkapuk Szüze” alakja eszerint nem mosható egybe Íziszével, a „Napsugaras Barátné” valódi nevére kell mihamarabb rálelni.²³ Belij első levelében arról számol be, hogy Blok költészetében hogyan bukkan rá ugyanezen „szophiánus” gyökerekre: csodálata ugyan „tiszán esztétikai” elismerésből táplálkozik, rögtön ugyanebben a mondatában viszont megnevezi a lírai hagyományt, a Lermontov–Fet–Szolovjov által képviselt vonalat, melynek folytatódását Blok költészetében egyértelműen érzékeltetni lehet. Különösképp megkerülhetetlen kérdés a két költő számára a továbbiakban Sophia gnosztikus kettős természete szemben a Bibliában egységesen a *Természet könyvétől* Isteni Bölcsességtől a János jelenéseiben felbukkanó *Napba öltözött asszonyig* ívelően azonosítható nőalakokkal. Minthogy a szimbolisták ezen második nemzedékére jellemző „életalkotási” elv révén ezek a gondolatok közvetlenül személyes cselekedeteikkel is összhangban kell álljanak, vagyis ezen elveknek közvetlenül életüknek kell alárendelődniük, nem kevés töprengés és meghasonlás következik. Blok udvarlása ennek a jegyében zajlik, esküvője pedig ennek az elvnek betetőződése, így választják meg a papot is. Élet és művészet tragikus diszkrpanciája azonban áthidalhatatlannak bizonyul. Az ezzel történő szembesülés a házaspár közt feszültséget okoz (később Ljubov Dmitrijevna ezt emlékirataiban vallja meg), megmutatkozik költészete változásában, ugyanígy a két barát közt később nézeteltéréshez vezet, már-már végleges eltávolodással fenyeget.

A szolovjovi Sophia-alak lírai, átpoetizált jellege egyértelmű volt (megjelenik a bölcselő számos versében), mindazonáltal jelentékeny történetfilozófiai üzeneteket is hordozott. (Jól lehet, az orosz szimbolizmus alapítói között elhelyezkedő Merezkovszkij-házaspár ezen túlmenően az oroszország és az emberiség számára követendő alternatívaként fogta fel Szolovjov tételeit, továbbépítését egy újabb *Harmadik szövetség* tanának kimunkálásával vélte megoldhatónak, mely Szolovjov keresztény szerelemfilozófiájával összhangban állt, hiszen az test és lélek egyensúlyát és harmóniáját tételezte.) A második nemzedék azonban már maradéktalanul átadta magát, alárendelte mind költészettanát, mind önnön életét Vlagyimir Szolovjov filozófiájának – azaz a Sophiáról szóló tanításnak. Emiatt gyakran „szolovjovianusokként” emlegeti őket a szakirodalom. Költészettan (poétika) és életalkotás (az eszménynek az egyén életrajzában történő teljességre törő megvalósításának gyakorlata) gondolkodásukban ugyanis egybetartozott. A megingathatatlan, a világot uraló Minden-Egység (Все-Единство) tanának talaján is.

Blok részéről – aki e nemzedékből elsőként tett szert hírnévre *Versek a Szépséges Hölgyről* című kötetének sikere révén, s akinek életműve mindmáig irodalomtörténészek és olvasók csodálatát váltja ki – a lovagköltészet mintáitól, Dantén, a német romantikán, Wagner zenedrámáin és elméleti írásain keresztül Vlagyimir Szolovjovig ívelő szellemi spektrum jelzi

²³ (Блок–Белый, 2001: 16–17.)

a kedves, a valós menyasszony, Ljubov Mengyelejeva lírai idealizálásának irodalmi, művészeti, teológiai és bölcséleti forrásait, s áll az orosz költészet e fontos verseskötete összetett keletkezéstörténetének háttérében. Vlagyimir Szolovjov Blok „teljes lényét” nyugőzte le költészete korai időszakában.²⁴ Ljubov Mengyelejeva iránti vonzalma időben egybeesett a szolovjovi tanok megismerésével. A szolovjovi filozofémából elágozó Misztikus Szerelem tana értelmében Égi és Földi Szerelem egymásnak tükre, a földi szerelmes szerelmese által szerelmében az Istennel való egyesülést tapasztalja meg a Szentírás szellemével összhangban. Ez az idealizáció – egyebek mellett – a bloki Múza Beatricével való azonosítását jelenti, ám a szakrális szerelmi költészet ihlető tárgya kiterjed az Apokaliptikus Szűzre, az eljövendő Sophiára is. Múza, aki egyben a világvégét, az örömteli eszkhatologikus tetőpontot, a Szentlélek országának eljövételét hordozza. Élő személy, irodalmi alakok, apokaliptikus nőalak egyetlen költői képben olvadnak egybe. Az ég „azúrkékjéhez” kötődő színszimbolika (Sophia ikonfestészetből is kiválóan ismert attribútuma, de ugyanakkor Szűz Mária ábrázolásában is meghatározó szín), a lángokban álló „látóhatárként” vizionált Apokalipszis, az „előérzet” hangulatában, lírai képeiben a szolovjovi Sophia-tan lüktet.²⁵ A Hajnal motívuma a Jakob Boehme művének címébe (*Morgenröte*) foglalt Új Élet fényét jelenti, a szolovjovi líra eleme áttemelésének köszönhetően Sophiának a Mennyekből a Földre hön óhajtott alászállását, miközben Blok néhány lírai művében a francia középkori okszitan költészet és trubadúrlíra alba-műfajával, annak hajnal-szimbolikájával kontaminálódik.²⁶ Utóbbi hasonló módon épül majd be a *Rózsa és Kereszt* (1912–1913) című Blok-dráma motívumrendszerébe. Blok három egymást követő verseskötetével jelzett korszakainak eszményét ennek a Szépséges Hölgynek az átalakulásai jelentik a mennyei-démonikus-földi princípium eszmei pilléreire támaszkodva, némiképp a tézis-antitézis-szintézis hármasságának jegyében. A Szépséges Hölgyet így váltja fel előbb *Az ismeretlen nő* alakja,²⁷ majd Salomé és Carmen. Sophia Blok költészetében végső soron Oroszországgal, az anyafölddel olvad egybe.

Sophia ezen nem egyszer paradoxnak tűnő, sokféle személynek történő megfeleltése a szolovjovi filozoféma komplexitásában eleve benne rejlik, Szolovjov felfogásában ugyanis Ő a lét női aspektusának legteljesebb kifejeződése. (A 20. század egyik legnagyobb orosz filozófusa, A. Loszev 10 aspektusban vázolja fel Sophia értelmezési lehetőségeit a szolovjovi életműben. Sophia eszerint a fentiekén túl nemcsak a mágikus erőt képviseli, hanem az emberiség jólétének oszlopa, az esztétikai alkotás feltétele, a szeretett nőnek az örökkel való azúrkékjével történő azonosításához elengedhetetlen.²⁸) Vlagyimir Szolovjov ezen rendszerező-osztályozó megközelítésével, ahogyan Sophia legteljesebb valóját igyekszik leírásában megragadni, a jungi analitikus pszichológia metódusait előlegezi meg.

Andrej Belij 1901-es megismerkedése Margarita Morozovával Blok esetéhez hasonló módon eszmélkedések kiindulópontja lesz: pillantásuk találkozik egy Beethoven-koncerten,

²⁴ (*Русская литература XX века*: II, 103.)

²⁵ Lásd még erről (Игошева, 2013.).

²⁶ (де Мюральт, 1996: 209.)

²⁷ Az életmű megértéséhez kulcsot szolgáló vers címszereplő nőalakját nemétől megfosztva *Az ismeretlennek* fordította Veress Miklós.

²⁸ (Лоцев, 1990: 227–240.)

ez pedig teljes megvilágosodást hoz Belijnek. Visszaemlékezései tanúsága szerint egyszerűben megértette Szolovjov „teljes tanítását” a Sophia-Mennyei Bölcsességről, a „Hozzá írt teljes versciklusát”. Ennek az „új szerelemnek a misztériuma” az „új, János Egyházát” formáló misztériummá válik, ennek a szerelemnek az első hónapja *János jelenéseinek* jegyében telik.²⁹ Irodalom, magánélet, filozófia, spiritualitás kerül egyetlen csillogó fókuszpontba ettől a találkozástól. Levezésük ezután a teozófiához kötődő Margarita Morozovával mintegy 22 éven át tart, Belij ezalatt újra is házasodott. Egy ültő helyében örökíti majd meg az egykori találkozás élményét húsz év múltán, 1921 Pünkösd napján *Első találkozás* című költeményében, nem titkoltan a Szolovjov *Három találkozás* című költeménye által teremtett hagyományhoz kapcsolódva. Morozovát „Rafaelló Madonnájához” hasonlítja, „tekintetéből” a misztikus, „mennyei Svedenborg” pillant ki. „Időn és téren kívüli” ez a szerelem Belij értelmezése szerint. Margarita Kirillovna-hoz írott leveleit nem egyszer „Az ön lovagja” aláírás zárja, Lermontovtól, Szolovjovtól, Bloktól kölcsönzött mottók kísérik, a „közelgő” „hajnalról”, a „világ rózsájáról” beszél.

Andrej Belij annak ellenére lett Rudolf Steiner tanítványa, hogy az antropozófia atyja a Szolovjov által mostohán kezelt teozófia, a Blavatszkaja által képviselt szinkretikus irányzat közegéből lépett elő az antropozófia tanával, mely a Kelet és Nyugat vallási hagyomány közti híd szerepére tartott igényt. Az orosz szimbolisták az 1910-es évek táján kerültek közel Steinerhez, akire a Vlagyimir Szolovjov által képviselt „ügy” folytatójaként tekintettek. Rudolf Steiner látta Oroszország küldetésének lehetőségeit Európa és a világ sorsának alakulásában. Az orosz Ezüstkori időszakát, mely a szimbolizmus mellett felöleli a korabeli későrealista, modernista, akmeista és avantgárd irodalmi és képzőművészeti törekvések színes girlandját, még az irodalomtörténeti diskurzus is gyakorta egyként emlegeti „az orosz vallásfilozófiai reneszánsz” terminussal illetett korszakkal. A szolovjovi filozoféma kisugárzását vizsgálva semmiképp sem szabad megfeledkeznünk tehát két vallásfilozófiai társaság – a moszkvai (ezt épp Szolovjov emlékezetének ápolására hozta létre Szergej Trubeckoj herceg) és pétervári (tagja volt a szabadkőműves Alekszandr Kerenszkij, közismerten később a cárizmus bukása után az ideiglenes kormány miniszterelnöke), – világiakat, egyháziakat, irodalmárokat, művészeket és értelmiségieket üléseire vonzó vitáiról sem, különösképpen az itt felbukkanó filozófusokról, teológusokról: a Trubeckoj-fivérekéről, Pavel Florenszkijről, Nyikolaj Begyajevről, Szergej Bulgakovról, akik mindnyájan a szophiológia művelőivé váltak. Neves képviselőiként megemlítendő Raccinszkij és Ern is, továbbá az a Szvencickij, akinek alakja burkoltan előtűnik majd Paszternak *Zsivago doktor* című regényében.³⁰ A két társaság elődjét jelentették a Merezkovszkij-házaspár által az 1900-as évek legelején kezdeményezett, mások mellett Rozanov, Filozofov, Minszkij, Benois, Tyernavcev által látogatott, ám Antonyij metropolita utasítására betiltott ún. Vallásfilozófiai összejövetelek. Ennek nyomán a vallásos útkeresések mellett létrejött a szophiológia tanának vizsgálatában elmélyülő, új filozófus-nemzedék. Tagjai elsősor-

²⁹ Andrej Belij életrajzi anyagaiból idézi A. V. Lavrov és J. Malmstad (Лавров–Малмстад, 2006: 5).

³⁰ (Józsa, 2020: 168–183.)

ban Szergij Bulgakov, a polihisztor Pavel Florenszkij (*Az Igazság oszlopa és alapja* című művében³¹ Sophiát nemcsak az eszkhatológia végeként, hanem az egyén tudatfejlődésének alapjaként állítja be), a nagy hatású Nyikolaj Bergyajev. Florenszkijre – dacára az új rend szolgáltatában végzett mérnöki munkájának – Sztálin államában mártíromság várt. Bergyajev és Sz. Bulgakov az emigrációban folytatja munkáját. A szintén emigráns teológus Georgij Florovszkij pedig a bizánci és óoroszlógiában és ikonfestészetben mutatja ki, hogy Sophia kezdetektől meghatározó elv az orosz pravoszlávia által létrejövő kultúrában.

Szolovjov szophiológiája egyszerre határozta meg 1. az orosz szimbolizmus második nemzedékének „filozófiai esztétikáját”, 2. szólt az önmagát kereső egyénhez a századfordulón (ebben a vonatkozásban *A szerelem értelme* és az *Előadások az Istenemberségről* című értekezései a legjelentősebbek), 3. theokratikus ideált kínált az emberiségnek franciául megjelent, *La Russie et l'Église Universelle* című értekezésében, mely Oroszország és az Egyetemes (vagyis Katolikus) egyház viszonyának harmonizálásában látta a gonosz gyökerének felszámolását. Ezzel egyúttal az orosz univerzalizmus eszményére tapintott rá. 4. *A szerelem értelme* című értekezése ugyanakkor egyetemesen szól mindenkire, az Aranykor-mítosszal is leírt őseredet, ideális állapot helyreállítását kívánja megvalósítani (innen az Atlantisz-mítosz és analóg történetek iránti heves érdeklődés). Sophia mindent harmonizáló és egyesítő ereje, aki a Fiú áldozata után az eszkhatológiai folyamat végén egybekapcsol Mennyet és Földet, egyszerre az individuum és kollektívum jövőjének záloga.

Blok Múzsájához a középkori lovag alázatával közelít, Királynőnek nevezi, e versét, melyben az imádat szintén a szakrális szférájába lép, már a Mengyelejeva-szerelem ihleti:

Servus - reginae

Ne hívj! Szerelmem templomába
 Úgyis megyek.
 Előtted szótlán, térden állva
 Hajtok fejet

Csak hallgatók, parancsra várva,
 Kezed, ha int,
 S ha véget ér a gyors találka,
 Várom megint.

Bénit hatalmad, szenvedélyed,
 Nem szólhatok.
 Vagyok szerelmed vagy cseléded,
 S mindig rabod.

(1899)³²

³¹ Tekintélyes részletet közölt belőle Baán István magyar fordításában Török Endre kétkötetes, a századfordulós orosz vallásbölcseletről kiadott könyvében (az orosz vallásbölcselet virágkora Tolsztojtól Bergyajevig: II, 14–59.)

³² (Az orosz irodalom antológiája: 346–347.)

A „ködlő távol”, az „aranyló nap”, a „lángsugaras látomás” mind ennek az Erósznak, Isteni Sophiának a képét megidéző, attribútumát fedő szókapcsolat Blok szophiánus szótárában.³³

Andrej Belij, költő, prózaíró és teoretikus Mihail Bahtyin szerint is a 20. századi orosz irodalom egyik megkerülhetetlen alakja. Korai korszakának lírájában a Szolovjov-ihlette *Szimfóniákon* kívül a *Külváros* (1904) című versében a lámpagyújtogató által működésbe hozott, a természettől idegen gázlámpa fénye a teremtett világ „alkony arany-vörösével”³⁴ kerül kontrasztba. Az áhított Apokalipszist idéző hangulat és szín a szakralitásnak, míg a gázlámpa a profán földi létnek, a kultúráról levált civilizációnak feleltethető meg. Ég és föld kettőssége tarja fenn a lírai feszültséget. A szolovjovi Sophia-filozoféma dilemmája, a női princípium kettőssége *Az ezüst galamb* (1909) című regényének kultúrafilozófiai alaptémája.³⁵ Ez a dilemma Belij ábrázolásában egyetemes, az egyén számára megfogalmazódó választást foglal magában. A két spirituális kultúra válaszútján álló értelmiségi főhős, Darjalszkij számára nemcsak a két világot szimbolizáló két helyszín, a vidéki nemesi birtok Gugoljevó (a fiktív toponímában világos a fonetikai egybecsengés Gogol nevével, az általa kijelölt apokaliptikus út, valamint a vidéki nemesség képviselte nyugati misztika) kerül szembe a mélyen provinciális Celebejevóval (a hliszt apokaliptikus szekta tagjai által lakott faluval, ahol a népi keresztény szektás vallásosság uralkodik). – Már itt megmutatkozik a szolovjovi apokaliptikus nőalakokkal, a Napba öltözött asszonnyal fennálló analógia feletti töprengés. – A két helységhez kötődő nőalakok ugyanis, mind a törékeny légies Kátya, a testetlen női princípiumot jelképező figura, mind pedig a vaskos, féktelen és gáttalan szexust megjelenítő Matrjona egyaránt lelki vezetők szerepében kalauzolják Darjalszkijt spirituális útján. Témánk szempontjából kulcsfontosságú, hogy a vallási tudatformák szimbolikus kivetülését mindkét esetben nők jelentik, a nő a lélekvezető is, a tájékozódási pont (akár a Thézeusz-mítoszban). Ezzel a Róheim Géza által is hangsúlyozott „zárt férfiközösség” vallásteremtő eszményéről kimunkált elmélet meginogni látszik. Szilárd Léna, a beavatásregény fogalmának megalkotója kutatásai révén már ebben az epikus műben is azonosította a „beavatásregény” műfaját, ezt az egyedülálló, Andrej Belij által teremtett, a hagyományos „nevelésregényt”, illetőleg „fejlődésregényt” felülíró műfajt. Ezt a műfajtan fordulatot *A Karamazov-testvérek* által képviselt váltás készíti elő.³⁶ Andrej Belij prózaművészetében ezután döntő változást hoz a Rudolf Steinerrel történt találkozás. Az antropológia tanainak hatására a női szimbólum már a szolovjovi *être grand* alakjába lényegül át a *Pétervár* (1912–1913) című beavatásregényben. Tervezett trilógiájának ez volt a második darabja. Az egyetemes kultúrtörténet és szellemi történet felölelését kitűző mű a „végtelen” szimbolikáját építi fel a 8 fejezet adta számszimbolikában. Kelet és Nyugat világát ábrázoló epikus szintézise középpontjában Oroszország és az egyén sorsa áll, azonban az egyén most a Steiner által hirdetett módon a Világlélekkel történő egyesülés útján nyeri vissza eredeti helyét, nyúl vissza az emberi kultúra ősforrásaihoz. Bár a műben szereplő Szofja Petrovna Lihutyina

³³ (Blok, 1972: 9–15.)

³⁴ (Orosz szimbolista költők antológiája. Baka István fordításában: 138.)

³⁵ A lacani pszichoanalízis fogalmi rendszerére támaszkodó tanulmányában kiváló elemzést közöl a regényről Reichmann Angelika (Reichmann, 2014: 289–354.).

³⁶ (Szilárd, 2016: 145–152.)

– aki neve révén is Sophia földi mása, ám csupán paródiája, azaz „japán baba”, a „sárga veszedelem” (a pánmongol doktrína) megtestesítője, azon erőkhöz tartozik, akik Oroszországra az apokaliptikus véget szabadítják rá – a főhős, Nyikolaj Ableuhov szerelmi vonzalmának tárgya, idővel a főhős figyelmét és érdeklődését önnön individuális spirituális útja köti le (mely keleti gyökerei és neokantiánus neveltetése tudatosulása után a rózsakeresztes és szabadkőműves doktrína közti választás elé állítja), a szublimált energiák végül abba az Egyiptomba viszik az Epilógusban elbeszéltek szerint, ahol egykor a *Három találkozásban* is fennmaradt történet szerint Szolovjovnak jelent meg Sophia a sivatagban. Nyikolaj Ableuhov itt éli át a megvilágosodás pillanatát, itt kezdenek kifejlődni „spirituális érzékszervei”.³⁷ Belij az antropológiai eszmélkedés útjának témáját folytatja *Keresztrefeszítés (Kotyik Letajev)* című regényében (utóbbi mindazonáltal nem része Kelet-Nyugat trilógiájának). Ebben a prózai műben a „bárd nélkül” maradt Beatrice a világ tragikus stádiumát jelzi.³⁸ Mindhárom elemzett prózai műve hozzáférhető magyar fordításban.

Blok és Andrej Belij számára, mint ahogyan az utánuk következő, sok tekintetben költészetükből merítő irodalmár-nemzedékek, teológusok és filozófusok számára is Vlagyimir Szolovjov alakja, élete, munkái, mítosza és kultusza meghatározónak bizonyult. Életműve felmutatta, hogy az az orosz kultúra bölcséleti virágkora fordulatot hozott az európai gondolkodás történetében is. A nőiségről megfogalmazott tanai mindmáig túlmutatnak a művelt köztudat sztereotípián. Rozanov borús csalódottsága ellenére, aki az orosz irodalom utópista képzelgéseinek róttta fel az 1917-es történelmi kataklizmát, a mindent elsöprő tragikus fordulatot (ezzel az irodalom, az írott szó hatalmát – talán nem is alaptalanul – sosem tapasztalt, végletes módon felértékelve), Vlagyimir Szolovjov a peresztrojka után rajongók és kutatók érdeklődésének változatlan tárgya, kinek filozófiája segít közelebb kerülnünk kettős létezésünk enigmájához.

FELHASZNÁLT IRODALOM

Az orosz irodalom antológiája a kezdetektől 1940-ig (2001): (szerk., vál. Szőke K., Zöldhelyi Zs.). Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.

Az orosz vallásbölcselet virágkora Tolsztojtól Bergyajevig. I–II. kötet (1988): (vál., bev. írta Török Endre) (Ford. Baán Ferenc.) Vigilia, Budapest.

Blok, Alekszandr (1972): *Válogatott művei*. Európa, Budapest.

Cioran S. D. (1973): *The Apocalyptic Symbolism of Andrej Belyj*. Mouton, The Hague–Paris.

Cselényi István Gábor (2021): *A Szentlélek anyai arca*. L'Harmattan–Kortárs Női Reflexiók Fóruma–Anima Mundi, Budapest.

Dukkon Ágnes (2003): Vlagyimir Szolovjov a „szent harmónia” filozófusa. *Vigilia*, №6, 77–78.

³⁷ (Szilárd–Józsa, 1996: 148–149.)

³⁸ Lásd (Józsa, 2022).

- Etkind, Alekszandr (1999): *A lehetetlen Erőszja. A pszichoanalízis története Oroszországban* (Ford. Bratka L., Kiss I., M. Nagy M., Szőke K.) Európa, Budapest.
- Farkas Zoltán (2012): *Vlagyimir Szolovjov. Az első rendszeralkotó orosz bölcselelő*. Attraktor, Máriabesnyő.
- Groys, Boris (2006): Oroszország mint a Nyugat tudatalattija. (Ford. Balogh Magdolna és Krasztev Péter.) (Szőke K.–Bagi I. (szerk., vál.)) *Az orosz kultúra Nyugat és Kelet között*. Bölcsész Konzorcium, Szeged, 233–248.
- Hajnády Zoltán (2002): *Sophia és Logosz (Akadémiai doktori értekezés)*, Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen.
- Hajnády Zoltán (2017): Szophia és Logosz. A kozmikus és történelmi világtrend organonjai. *Vallástudományi szemle*, №3, 71–85.
- Hajnády Zoltán (2021): Szakrális és démonikus nőalakok orosz poétikai kontextusban. *A női dimenzió*, (I), №1, 64–76. https://www.femmeharmone.com/wp-content/uploads/2022/02/Hajnady_Zoltan_220216_v4.pdf (Megtekintés: 2021. 12. 26.)
- Ivanov, Vjacseszlav (2008): Narkisszosz. A pompeji bronzszobor. (Ford. Balogh István.) *Rejtőzködő orosz nárciszok* (vál. Jagusztin L., szerk. Fonalka M., Hajnády Z.) Kossuth Egyetemi Kiadó, Debrecen, 145–146.
- Józsa György Zoltán (2021): Kriptográfia Paszternak *Zsivago doktor* című regényében. Szakralitás és hagiográfia. *Metszéspontok. Magyar-szláv vallási és kulturális kapcsolatok*. (szerk. Menyhárt K., Dudás M.) Bolgár kulturális fórum, ELTE BTK Szláv Filológiai Tanszék, 168–183. https://edit.elte.hu/xmlui/static/pdf-viewer-master/external/pdfjs-2.1.266-dist/web/viewer.html?file=https://edit.elte.hu/xmlui/bitstream/handle/10831/64847/Metszéspontok_kötet%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Megtekintés: 2022. 02. 28.)
- Józsa György Zoltán (2022): Beatrice alakja az orosz szimbolizmusban. *A női dimenzió*, №1, 91–110.
- Jung C. G. (1997): *Alapfogalmainak lexikona*. I–II. köt. (Ford. Bodrog Miklós.) Kossuth kiadó, Budapest.
- Kisfalvi Gabriella (2001): *Szergij Bulgakov atya sophiológiája (Ph. D. értekezés, kézirat)*. Budapest.
- Matic, Olga (2005): *Erotic Utopia. The Decadent Imagination in Russia's fin-de-siècle*. University of Wisconsin Press, Madison Wis.
- Orosz szimbolista költők. Baka István fordításában.* (1995) (vál. szerk. Szalma Natália, Fejér Ádám). JATE, Szláv Filológiai Tanszék, Szeged. <https://mek.oszk.hu/00500/00539/00539.htm> (Megtekintés: 2021. 09. 20.)
- Reichmann Angelika (2014): *Narcissus aranykora. (Poszt)modern Dosztojevszkij-olvasatok*. Debreceni Egyetemi Kiadó, Debrecen.
- Szilárd Léna (2016): A beavatásregény forrásai az orosz irodalomban. „A ja sz vami”. *Tanulmánykötet Szőke Katalin születésnapjára*. (szerk. Hetényi Zs., Kalafatics Zs., Józsa Gy. Z.) Dolce Filologia, ELTE BTK Irodalomtudományi Doktori Iskola, Az orosz kultúra és irodalom Kelet és Nyugat között programja, Budapest, 145–152.

- Szolovjov, Vlagyimir (1993): *Az Antikrisztus története: Három beszélgetés a háborúról, a haladásról és a világtörténelem végéről.* (Ford. Kiss Ilona.) Századvég, Budapest.
- Szolovjov, Vlagyimir (2014): *Előadások az Istenemberségről.* (Ford. Farkas Zoltán.) Attraktor, Máriabesnyő.
- Szolovjov, Vlagyimir (2015): *Platón életének drámája.* (Ford. Farkas Zoltán.) Attraktor, Máriabesnyő.
- Szolovjov, Vlagyimir (2018): *A középkori világszemlélet hanyatlásáról.* (Ford. Farkas Zoltán.) Attraktor, Máriabesnyő.
- Баадер Ф. (1990): Из дневников. *Философия любви.* В 2-х тт. (сост. Ивин А. А.). Издательство политической литературы, Москва, т. II, 56–58, 256–257.
- Бароти Т. (2006): Драма Чехова *Чайка* и ее культурно-философский контекст. *Dissertationes slavicae*, XXIV, 91–99.
- Белый Андрей–Блок Александр (2001): *Переписка 1903–1919* (пулб., предисл., комм. Лавров А. В.) Прогресс–Плеяда, Москва.
- Бонецкая Н. (1995): Русская софиология и антропософия. *Вопросы философии*, №7, 79–97.
- Булгаков С. (1976): *Тихие думы.* YMCA Press, Paris.
- Быстров В. Н. (2012): *Между утопией и трагедией. Идея Преображения мира у русских символистов.* Прогресс–Плеяда, Москва.
- Игошева Т. В. (2013): *Ранняя лирика А. А. Блока (1898–1904). Поэтика религиозного символизма.* /Studia Philologica/ Глобал Ком, Москва.
- Йожа Д. З. (2001): *Русская софиология и Владимир Набоков (неопубликованная диссертация на соискание степени PhD).* Будапешт.
- Лавров А. В.–Малмстад Джон (2006) «Прекрасная дама» Андрея Белого. *Белый, Андрей «Ваш рыцарь» Письма к М. К. Морозовой 1901–1928.* Прогресс–Плеяда, Москва, 3–32.
- Мочульский К. (1997): *Александр Блок, Андрей Белый, Валерий Брюсов.* Республика, Москва.
- Мюральт Ф. де (1996): Литература французского средневековья в творчестве Александра Блока. *Russian Studies* (II), №3, 206–221.
- Одесский М. П. (1994): Об «откровенном» и «прикровенном». София в комедиях В. И. Лукина. *Литературное обозрение*, №, 3–4, 82–87.
- Рычков А. (2010): Д. С. Мережковский и К. Г. Юнг. «Встреча во гнозисе». *Судьбы литературы Серебряного века и русского зарубежья* (отв. ред. Аверин Б. В., Валчева Ю. М.) Петрополис, Санкт-Петербург, 202–211.
- Русская литературы начала XX века. 1890–1910.* В 2-х томах. (2000): (ред. Венгеров С. А.) Издательский дом «XXI век – Согласие», Москва.
- Силард Л. (1979): *Русская литература конца XIX–начала XX века. т. I–II.* Tankönyvkiadó, Budapest.
- Эротизм без берегов* (2004): (сост. М. М. Павлова). Новое литературное обозрение, Москва.

TÓTH I. János

A termékenységtudatos társadalom

Absztrakt

A modern társadalmak gazdaságtudatos társadalmak, ahol más probléma, így például a népesség témája is csak másodlagos jelentőséget kaphat. Hosszútávon azonban ez a politika nem fenntartható, mert mind a túlságosan magas, mind a túlságosan alacsony termékenységi ráta súlyos fenntarthatósági, demográfiai és gazdasági problémákat eredményez. Ezek a válságok csak a kettes körüli termékenységi ráta, ideális esetben a 2,1 gyerek/nő érték mellett kerülhetőek el. Ezért a modern társadalmaknak tudatosan kell törekedniük erre a termékenységi rátára. E folyamat első lépéseként fel kell ismerniük a termékenységi ráta centrális szerepét a társadalom életében, azaz a gazdaság-centrikus modern társadalmaknak termékenység tudatos társadalommá kell alakulniuk.

Kulcsszavak: fenntartható fejlődés, natalizmus, konzervatív modernitás.

Fertility-Conscious Societies

Abstract

Modern societies are economically conscious societies, where other issues, such as the topic of population, can only be of secondary importance. However, this policy is not sustainable in the long run because fertility rates that are either too high or too low result in serious problems in sustainability, demographic and economy. These crises can be avoided only if a fertility rate of around two or, ideally, of 2.1 children / woman is achieved. Therefore, modern societies must consciously strive to achieve this fertility rate. The first step in this process is to recognize the central role of the fertility rate in the life of the society, that is, economy-centric modern societies need to evolve into fertility-conscious societies.

Keywords: sustainable development, natalism, conservative modernity.

1. BEVEZETÉS

Minden társadalomnak számtalan feladatot kell megoldania, amelyek közül kiemelkedik a javak és szolgáltatások termelése (vagyis a produkció), illetve az emberek nemzése és felnevelése (azaz a reprodukció). A produkciós és a reprodukció szintézisét sem Európában sem Afrikában nem sikerült megtalálni. A liberális modernizáció útján haladó európai országok bár a produkció szférájában remekelnek, de a reprodukció területén az összeomlás felé haladnak. Ezzel szemben a tradicionális jellegű afrikai országokat a túlságosan magas reprodukció és a túlságosan alacsony gazdasági teljesítmény jellemzi. Mindkét kontinensen előre lépést jelentene a demográfiai válság felismerése és a megoldás tudatos és intézményesített keresése, vagyis a termékenység tudatos társadalom kialakulása. Az ilyen társadalom központi sajátossága a 2,1-es termékenységi ráta fenntartására való törekvés pro- vagy antinatalista eszközök alkalmazásával.

A tradicionális társadalmakban a produkció és a reprodukció világát viszonylag egyszerűen teremtették meg, amennyiben az előbbit férfi, míg az utóbbit női feladatként jelölték meg. A tradicionális munkamegosztásnak számos hibája volt, úgy mint a magas termékenység, a férfi és a női szerepek elválasztása, a nő eltartott pozíciója, amely szinte szükségszerűen vezetett a férfi szerepek és a férfiak dominanciájához a női szerepek és a nők felett. A modernitás ezeket a problémákat kritizálta és nem értékelte, hogy a tradicionális munkamegosztás minden hibája ellenére képes volt a javakat és a népességet is elégséges mértékben újra termelni.

Napjaink késő modern vagy éppen posztmodern korszakában már pontosabban látjuk a modernitás problémáit is. Izrael kivételével egyetlen olyan nyugatias jellegű, gazdag ipari ország sem létezik, ahol a termékenységi ráta eléri a 2,1 gyermek/nő arányt. Ez egyben azt jelenti, hogy a nyugatias jellegű, gazdag ipari országok sehol sem tudják megteremteni a produkció és a reprodukció egyensúlyát és súlyos demográfiai válságban vannak. Ezért nemcsak a tradicionális, hanem a modern nemi szerepeket is kritika alá kell vennünk és keresünk kell a gazdaság és a népesség előállításának új egyensúlyát.

Ez a tanulmány beszédmódjában tudományos jellegű, mert a reprodukció problémáját a demográfia által kidolgozott fogalmi rendszerben vizsgálja. Azonban mégis van egy feminin sajátossága, amennyiben kilép a modernitás gazdaság-centrikus, liberális és individualista paradigmájából, és helyette egy fenntarthatóság és népesedés-centrikus, konzervatív és közösségi nézőpontot javasol. Sarkosan fogalmazva egy női témát elemez maszkulin módon.

2. FENNTARTHATÓ FEJLŐDÉS

Korunk egyik kulcsszava a fenntartható fejlődés. A klasszikus meghatározás a norvég miniszterelnöknőtől, Gro Harlem Brundtlandtól (1987) származik.¹ A harmonikus vagy fenntartható fejlődés *„a fejlődés olyan formája, amely a jelen igényeinek a kielégítése mellett nem fosztja meg a jövő generációit a saját szükségleteinek a lehetőségeitől”*.

Ez egy antropocentrikus (emberközpontú) definíció, amely a jelen igényei és a jövő szükségletei közötti kompromisszumot hangsúlyozza. Nagy előnye, hogy összekapcsolja a jelenet a jövővel, ami a fenntarthatóság lényegi sajátossága. Sajnos Brundtland nem részletezi az „igények”, „szükségletek” (az angolban mindkét helyen a „needs” kifejezés szerepel), illetve a „jövő generáció” fogalmát.

A sem a politikusok, sem a gazdasági vállalkozások (kivéve néhány biztosító társaságot) nem tekintenek előre két-három évnél hosszabb időre. Egy híres mondás szerint *„A kasszában csilingelő pénz mindig elnyomja az eljövendő nemzedék hangját”*. A modern gyakorlattal szemben a sziú indiánok a döntések várható hatásait az elmúlt és az elkövetkező három generáció szempontjából mérlegelték. Potter egyik tanulmányában a következő évezredre tekint előre.² Negyven generáció túl hosszú időperspektívának tűnhet, de fenntarthatóságnak éppen ez a lényege. Csak így tudjuk felismerni, sőt elkerülni a hosszú távú veszélyeket.

Később egy amerikai közgazdász, Herman Daly a következő definíciót adta: *„a fenntartható fejlődés a folytonos szociális jólét elérése anélkül, hogy az ökológiai eltartóképességet meghaladó módon növekednénk”*.³ Az eltartóképesség az ökológia tudományterületéről származó fogalom, mely azt mutatja, hogy egy adott ökoszisztéma a környezet károsodása nélkül egy adott időszakra, általában egy évre vonatkoztatva maximálisan mennyi egyedet képes az adott fajból eltartani.

Ez egy ökocentrikus definíció, amely az aktuálisan élő ember és környezete közötti kompromisszum szükségességét hangsúlyozza. Tehát míg a Brundtland meghatározása a jelen és a jövő generációk érdekellentétére hívja fel a figyelmet, addig Daly a jelen generációk és az ökológiai eltartóképesség közötti érdekellentétet hangsúlyozza. Később, Wackernagel és Rees kutatásai⁴ nyomán az ökológiai eltartóképesség helyett az ökológiai lábnyom fogalma vált általánossá. *„Az ökológiai lábnyom (ÖL) egy olyan számítási eszköz, mely lehetővé teszi, hogy felbecsüljük egy meghatározott népesség vagy gazdaság erőforrás-fogyasztási és hulladékfeldolgozási szükségleteit termékeny földterületben (globális hektár – gha) mérve”*. Ez arra a földterületre utal, ami károsodás nélkül meg tudja termelni az aktuális életvitelünkhöz szükséges javakat. A termékeny földterület fogalmát a különböző természeti potenciállal rendelkező földterületeknek az átlagából képezték.

Brundtland, illetve Daly definíciója a fenntartható fejlődés lényegét fogalmazza meg. Hallgatólagosan azonban ezeknek a definícióknak, illetve általában a fenntartható fejlődés gondolatkörének etikai implikációja is van. Egyrészt az, hogy a jelenlegi gazdasági növekedés nem fenntartható, azaz fenntarthatatlan, s ez rossz. Másrészt az, hogy a fenntarthatóság a

¹ (Brundtland, 1987.)

² (Potter, 1990.)

³ (Daly, 1977.)

⁴ (Wackernagel–Rees, 2001.)

kívánatos, a morálisan helyes és jó állapot. Tehát a fenntartható fejlődés paradigmája burkoltan tartalmaz egy erkölcsi felszólítást arra vonatkozóan, hogy minden embernek a fenntartható fejlődés megvalósulása érdekében kell cselekednie.

Az etikai imperatívuszok mindig az egyes embert szólítják fel egy meghatározott magatartásra. Ennek mintájára a klasszikus fenntarthatósági definíciók is megfogalmazhatók erkölcsi parancsként: *Cselekedj úgy, hogy cselekvésed hatásai elégítsék ki a jelenleg élő generációk szükségleteit, anélkül, hogy közben veszélyeztetnék a jövő nemzedékek esélyét arra, hogy ők is kielégíthessék szükségleteiket, illetve: Cselekedj úgy, hogy cselekvésed hatásai biztosítsák az emberek számára a folytonos szociális jólét elérését, anélkül, hogy cselekvésed az ökológiai eltartóképességet meghaladó növekedést eredményezne.*

A fenntartható fejlődés jelentősége abból fakad, hogy megőrzi a modernitás alapvető célját, azaz a jólét folytonos növelését, azonban ezt egy növekedési korláttal egészíti ki. Brundtland korlátozó tényezőként a jövő nemzedékek szükségleteit, míg Daly az ökológiai eltartóképességet emeli ki, amely az ökológiai lábnyom segítségével számszerűsíthető. Az előbbi egy antropocentrikus, míg az utóbbi egy ököcentrikus korlátot jelent.

A német származású Hans Jonas (1903–1993) gondolkodásában explicit módon is központi szerepet kap az emberiség fennmaradása mint végső erkölcsi elv. Jonas szerint a régi („itt és most”) etika fókuszában a közvetlen emberi kapcsolatok állnak, ahol a jó és a rossz közvetlenül belátható.

A modern technika miatt az emberi cselekvés jellege megváltozott. A technika hatása túlnő a belátóképességünkön, s így nem tudjuk, hogy egy új technológia alkalmazása milyen kockázatokkal és károkkal járhat. Például amikor a 18. században a fosszilis energiahordozókat elkezdtek használni, senki sem gondolt a felszabaduló CO₂ által okozott globális felmelegedésre és klímaváltozásra, ami napjainkban már a bioszférát és benne az emberiséget is fenyegeti. Ha ezeket a hosszú távú negatív hatásokat nem is lehet mindig pontosan előre látni, de az óvatosság elvének az alkalmazásával el lehetne kerülni, hogy ilyen súlyos helyzetek alakuljanak ki.

A német származású filozófus az emberiség kipusztulásának a lehetőségét tekinti a *legfőbb rossznak* (summum malum). Ezért egy olyan új etikát sürget, amely fókuszában ennek az elkerülése áll. *„Cselekedj úgy, hogy cselekvésed hatásai összeegyeztethetők legyenek a valódi emberi élet földi megmaradásával.”⁵*

Ez a meghatározás azt mondja, hogy a végső erkölcsi elv *„a valódi emberi élet földi megmaradása”*. Tehát minden egyes aktornak (embernek, cégnek, nemzetnek, államnak) úgy kell viselkednie, hogy ne veszélyeztesse ezt. *„A valódi emberi élet földi megmaradását”* két dolog veszélyezteti, egyrészt az ember fizikai kipusztulása, amit atomháború, klímaváltozás, járványok stb. eredményezhetnek; másrészt *„a valódi (jelenlegi) emberi élet”* átalakulása, történjen az genetikai, vagy társadalmi okok miatt. Az utóbbi veszély Jonas korában sokkal kisebb volt (klónozás, pszichét befolyásoló gyógyszerek és eljárások), mint ma. Jelenleg a transzhumanizmus és a poszthumanizmus kimondottan azt a cél tűzi ki, hogy az embert átalakítsa és meghaladja. Hans Jonas szerint ez erkölcsstelen törekvés, mert a *„valódi emberi élet”* megmaradását fenyegeti.

Számos környezetvédő bírálja a *„fenntartható fejlődés”* kifejezést, mivel az emberek, gazdasági szereplők, politikusok, sőt gyakran még a közgazdászok is a fejlődést

⁵ (Jonas, 1984: 11.)

szisztematikusan azonosítják a gazdasági növekedéssel, ami nem fenntartható. Már csak azért sem, mert a Föld véges rendszerében egyetlen társadalmi-gazdasági alrendszer sem növekedhet korlátlanul. Ezért sok környezetvédő (pl. Kiss Károly⁶) a fenntartható fejlődés helyett a fenntarthatóság, fenntartható társadalom kifejezést javasolja. A fenntartható társadalom legegyszerűbb megvalósítási módja a fenntartható állapot statikus rögzítése. Nem hiszem azonban, hogy az emberiség számára a statikus állapot egy vonzó célpontot jelentene.

A gazdasági növekedés és a társadalmi fejlődés szándékos azonosítása kétségkívül komoly problémát jelent, ugyanakkor a fenntartható fejlődés fogalma mégis tartalmazza azt a gondolatot, hogy a cél nem egy statikus, hanem egy dinamikusan változó, azaz fejlődő állapot. Ezért érdemes használni a fenntartható fejlődés fogalmát, kezdetben inkább, mint a fenntartható állapot felé történő haladást, később pedig, mint a fenntartható állapot fejlődését. Függetlenül attól, hogy egy társadalom fizikai-mennyiségi paramétereiben állandó (stacionárius), minőségi paramétereiben: tudásban, hatékonyságban, életminőségben folyamatosan fejlődhet.

3. FENNTARTHATÓ NÉPESSÉG

Közismert, hogy a fenntarthatóságnak társadalmi, környezeti és gazdasági vonatkozásai (oszlopai) vannak. A társadalmi fenntarthatóságon belül önálló témakört jelent a *népesedés*. A Nemzeti Fenntartható Fejlődési Tanács szerint a magyar demográfiai helyzet nem fenntartható: „Magyarország népessége veszélyes ütemben fogy.”⁷ Különbséget kell tenni a környezeti, gazdasági, társadalmi és demográfiai fenntarthatóság között. Egy társadalom csak akkor tekinthető fenntarthatónak, ha minden vonatkozásban fenntartható.

A demográfiai fenntarthatóság szempontjából a lélekszám mellett a másik kulcsfogalom az ún. *teljes termékenységi arányszám* (total fertility rate). „Azt mutatja meg, hogy ha az adott év termékenységi adatai állandósulnának, akkor egy nő élete folyamán átlagosan hány gyermeknek adna életet.”⁸ Egyszerűen fogalmazva egy nő az élete során hány gyermeket szül és nevel fel.

A modern vagyis alacsony mortalitású társadalmakban a 2,1 gyermek/nő jelenti az ideális termékenységi rátát. Ebben az esetben 100 nőnek és párjának összesen 210 gyermeke, mondjuk 107 fia és 103 lánya születik. A nemek közötti különbség abból adódik, hogy statisztikai átlagban több fiú születik mint lány. Tehát 2,1-es termékenységi ráta mellett a nők létszáma és korösszetétel, még egy kisebb mértékű csecsemő és gyermek halandóság mellett is, állandó. A számpéldánál maradván ekkor minden generáció (nagyamák, nők és lányok) 100 nőből áll.

Ennél magasabb termékenységi ráta esetében a populáció létszáma gyorsan nő. Pl. 4,2 gyermek/nő esetében a lányok száma minden generációban (mondjuk 25 évenként) meg-

⁶ (Kiss, 2005).

⁷ (NFFT 2013: 39.)

⁸ (Kapitány, 2015.)

kétszereződik: 100, 200, 400, 800, 1600 stb. lány. A születési szám gyors növekedése jól érzékelhető folyamat, hiszen a megszületett csecsemők láthatók. A születési számok növekedése együtt jár a népességszám növekedésével is, ami szintén jól érzékelhető. Tehát a magas termékenységből származó exponenciális ütemű születésszám és népességszám növekedést a társadalom azonnal érzékeli.

Alacsony termékenységi ráta esetében a populáció létszáma gyorsan csökken. Pl. 1,05 gyermek/nő esetében a lányok létszáma minden generációban a felére csökken: 100, 50, 25, 12, 6, 3, stb. lány. Ez a számsor azt mutatja, hogy a 1,05-ös termékenységi ráta mellett a születési szám három generáció alatt 75%-kal csökken. A születési szám gyors csökkenése kezdetben alig érzékelhető folyamat, hiszen a hiányzó csecsemők nem láthatók. Ráadásul a születési számok csökkenése nem azonnal, hanem csak néhány évtizedes késéssel eredményezi a népességszám csökkenését. Ez egyben azt is jelenti, hogy az alacsony termékenységből származó exponenciális ütemű születésszám csökkenést a társadalom sokáig nem érzékeli.

Demográfiai és környezeti szempontból egy közösség akkor fenntartható, ha a (i) népességszám kvázi állandó és a (ii) népesség környezetterhelése nem haladja meg az adott terület eltartóképességét. Tehát a kvázi állandó népességszám demográfiai szempontból *szükséges, de* környezeti szempontból *nem elégséges feltétele* a fenntarthatóságnak. Ebből következik, hogy a gyors népességnövekedés és népességcsökkenés egyaránt nem-fenntartható. Bármilyen nagy is egy terület eltartóképessége a gyorsan növekvő népesség ezt a határt előbb-utóbb eléri és meghaladja. Tehát a gyors népességnövekedés *környezeti szempontból fenntarthatatlan*. A *gyors népességcsökkenés* pedig demográfiai, társadalmi és gazdasági szempontból fenntarthatatlan, hiszen ez az adott nép elöregedéséhez, fogyáshoz végül megszűnéséhez vezet. Tehát csak az állandó vagy lassan változó népességű társadalom lehet fenntartható. A fejlett világban, ahol alacsony a mortalitás ez csak a 2,1 gyermek/nő termékenységi arányszám mellett lehetséges. Ebben az esetben születik ugyanis száz nőnek száz lánya.⁹

4. A DEMOGRÁFIAI VÁLSÁG FELISMERÉSE

Minden afrikai ország esetében túl magas és minden európai ország esetében túl alacsony a termékenységi ráta. Az egyszerűség kedvéért a figyelmünket csak erre a két kontinensre fordítsuk, de természetesen Afrikán kívül is vannak magas termékenységgű régiók (pl. Nyugat-Ázsia), illetve Európán kívül is vannak alacsony termékenységgű régiók (pl. Kelet-Ázsia). Afrikában a termékenységi ráta átlaga 4,6, míg Európában az átlag 1,6 gyermek/nő. Ezért az afrikai országokban a születési szám és a népesség exponenciális ütemben nő, míg Európában a születési szám és később az őshonos népesség létszáma exponenciális ütemben csökken. Az afrikai demográfiai válság eredményeképpen a kontinensen tovább nő a szegénység és romlanak a környezeti feltételek. Az európai demográfiai válság következménye pedig az őshonos európai népek elöregedése, természetes fogyása és végül kihalása. Tehát mindkét demográfiai válság nagyon súlyos következményekkel jár.

⁹ (Tóth, 2018).

A megoldáshoz vezető úton az első lépés a demográfiai válság felismerése és tudatosítása. Az afrikai túlnépesedési válság sokkal könnyebben felismerhető, mint az európai alulnépesedési válság. A korábban említett okokon túl ebben a globális túlnépesedés is fontos szerepet játszik. Köztudott, hogy az emberiség létszáma folyamatosan nő, amelynek elsődleges oka az, hogy túlságosan sok gyermek születik. Az is köztudott, hogy az emberiség népességrobbanásában Afrika népei meghatározó szerepet játszanak. A gyors népességnövekedés nagyon súlyos problémát jelent nemcsak az afrikaiak, hanem bioszféra és így az egész emberiség számára is. Persze abból, hogy a világ modern közvéleménye tisztában van ezzel a ténynyel, abból nem feltétlenül következik, hogy a többnyire tradicionális életformát folytató afrikai népek és államok is tudatában vannak ennek. Afrikában átlagosan 2,5 gyermek/nő értékkel kell csökkenteni a termékenységi rátát, vagyis nagyobb mértékben mint Kínában 1979-2015 között az ún. „one-child policy” időszakában.

Ebben a helyzetben az európai demográfiai tétel felismerése korántsem egyszerű. Egyrészt ezt megakadályozza globális nézőpontból fakadó ideológiai vakság. A globalizmus a túlnépesedésre koncentrálnak, ezért egyszerűen nem látja a lokális jellegű demográfiai leépülést. Másrészt ha látja is ezt a folyamatot, akkor sem azonosítja válságként. Globalista szemszögéből az őshonos európai népek öregedése és fogyása nem probléma, hanem a globális túlnépesedési válság megoldásának egyik módja. Sajnos a fejlett világra jellemző alacsony születési számokat a zöld gondolkodás sem tekinti problémának. S kétségtelenül igaz, hogy az alacsony termékenység, elöregedés és népességfogyás, bár súlyos fenntarthatósági probléma, de nem környezeti probléma. Jelesül, míg a túlnépesedés egy olyan demográfiai fenntarthatatlanság, amely viszonylag gyorsan elvezet a környezeti fenntarthatatlansághoz, addig az elöregedés és a népességcsökkenés egy olyan demográfiai fenntarthatatlanság, amely nem eredményez környezeti fenntarthatatlanságot. Ennek ellenére a demográfiai tétel nagyon súlyos fenntarthatatlansági probléma, hiszen végül a gazdaság és a társadalom összeomlást eredményez.

Az európai demográfiai tétel felismerését és válságként való azonosítását a tömeges bevándorlás is megakadályozza. Ez történik például Nyugat-Európában, ahol a tömeges bevándorlás elfedi az őshonos népesség elöregedését és fogyását. Ez szintén lehetőséget ad sok ottani globalista és neoliberális politikusnak arra, hogy ezt a kardinális problémát a szőnyeg alá söpörje.

Jelenleg elsősorban Magyarország és néhány Közép- és Kelet-Európa ország azonosítja súlyos problémaként a társadalom elöregedését, fogyását és ezzel párhuzamosan az alacsony termékenységi arányszámot. Felmerül a kérdés, hogy Magyarország miért jár élen a demográfia tétel felismerésében és a pronatalista megoldások keresésében? Ennek két triviális oka van. Először is Magyarországon nagyon súlyos, ha nem a legsúlyosabb a demográfiai tétel a világban, hiszen a népesség 1981-től, azaz már negyven éve csökken. Másrészt az Orbán-kormány elutasítja az illegális jellegű és tömeges mértékű bevándorlást, sőt élharcosa ennek az ellenállásnak. E két feltételből viszont logikai szükségszerűséggel következik, hogy a stabil népességet „hazai erőből” kell biztosítani. Azaz belátható időn belül a születési számot jelentősen meg kell emelni. Tekintve, hogy jelenleg a termékenységi ráta 1,5 és a célérték 2,1 ez azt jelenti, hogy a termékenységet 0,6 gyerek/nő értékkel, azaz 40%-kal kell megemelni. Ez egy új baby boomot jelent, amelynek elősegítése távolról sem egyszerű feladat.

5. A NATALIZMUS KÖLTSÉGEI

Az államok érthető módon vonakodnak attól, hogy termékenység tudatos államokká váljanak. Ezzel ugyanis az állam egy teljesen új típusú közpolitikai feladatot vállal magára. Az emberek gyermekvállalásai szokásai állami eszközökkel nehezen befolyásolható, ráadásul ez egy új költséget is jelent a feladatokkal és kiadásokkal amúgy is túlterhelt és többnyire eladósodott államok számára. Ugyanakkor az állam, mint a közjó őre, súlyos demográfiai válság esetében kénytelen szembe nézni ezzel az új kihívással, még ha ennek a politikának a költségei jelentősek is.

A natalista politikának, függetlenül annak antinatalista vagy pronatalista jellegétől, mindig van egy általános költsége. A jutalmazásra épülő natalista politikák logikája egyszerű, de költséges: „plusz juttatást kapsz ha vállalsz vagy nem vállalsz még gyereket”. A szegény afrikai vagy kelet-európai államok nem biztos, hogy tudják vállalni ezt a költséget és így ezt a feladatot.

A natalizmuson belül a pronatalizmusnak van egy extra költsége is, amely abból származik, hogy minden egyes gyermek kezdetben egy plusz eltartandó személy, tehát rontja az eltartó eltartott arányt. Rövidtávon egy pronatalista fordulat egyrészt azt jelenti, hogy a társadalom erőforrásainak jelentős részét a produkciós folyamatokból át kell csoportosítani a reprodukciós folyamatokba, aminek következtében mérséklődik a gazdasági növekedés és az életszínvonal; továbbá az erőforrásokat át kell csoportosítani az nyugdíjasoktól gyerekek felé, ami szintén társadalmi feszültségeket generál. Ezzel szemben az antinatalista politika rövid távon csökkenti a gyerekszámot és így az eltartandó személyek arányát, vagyis csökkenti a reprodukció társadalmi költségét. A fentiekből is az következik, hogy gazdaság és jólét orientált modern államok és társadalmak hallani sem akarnak natalista és különösen pronatalista jellegű közpolitikáról.

6. A DEMOGRÁFIAI VÁLSÁG IDEOLÓGIAI VONATKOZÁSAI

A világban kialakult demográfiai válságokkal kapcsolatban különböző ideológiai álláspontok lehetségesek. A teljesség igénye nélkül három alapvető álláspontra szeretnék rámutatni.

(i) *A liberálisok* szerint a népesedés és azon belül is elsősorban a gyermekvállalás szigorúan magánügy, amivel kapcsolatban a társadalom és az állam még csak ajánlásokat sem fogalmazhat meg. Ezen felfogás szerint a natalizmus minden formája szigorúan tilos és a társadalmak csak annyit tehetnek, hogy alkalmazkodnak a polgáraik gyermekvállalásának a szokásaihoz és annak következményeihez, legyen az kihalás vagy népeségrobbanás.

(ii) *A globalisták* elsősorban egy homogén emberiségben érdekeltek, ahol nincsenek erős népek, nemzetek és nemzetállamok. Számunkra az emberiséget jelenleg sújtó demográfiai válságok jó alkalmat jelentenek arra, hogy a homogén emberiség tervét megvalósítsák. Ezért a globalisták a jelenlegi demográfiai válságot nem a termékenység

szabályozásával, hanem a migráció felszabadításával akarják megoldani, azaz azt javasolják, hogy Afrika növekvő létszámú népessége folyamatosan települhessen át Európába. Szerintük ezzel mérsékelhető az európai népességcsökkenés és az afrikai népességnövekedés. Az adatok azt mutatják, hogy a folyamatos betelepítéssel Európa népességcsökkenése megállítható, de Afrika népessége a tömeges kivándorlás ellenére is folyamatosan nő.

A globalisták elvileg megosztottak lehetnek Afrika népességrobbanásával kapcsolatban. A liberális globalisták támogatják a magas afrikai termékenységet, mert ennek szinte szükségszerű következménye a számukra kedves magas kivándorlási hajlandóság. Hasonló érvek alapján a liberális globalisták Európában határozottan antinatalista álláspontot foglalnak el, mert így az Európaiaknak szükségük van a bevándorlókra. A zöld globalisták minden esetben, így Afrikában is egy antinatalista álláspontot foglalnak el. A zöld globalista álláspont azonban a liberális globalizmus szempontjából egy veszélyes gondolatot tartalmaz nevezetesen a termékenység antinatalista jellegű szabályozását. Ugyanis, ha elfogadjuk, hogy a túl magas termékenyséű afrikai országok esetében szükség van a termékenységi ráta antinatalista jellegű szabályozására, akkor nem nagyon lehet érvelni az ellen, hogy a túl alacsony termékenyséű európai népek esetében szükség van a termékenységi ráta pronatalista jellegű szabályozására.

(iii) A szuverenisták szerint az ideális demográfiai célállapot az, ha minden nép önerőből stabilizálja a népességét. Tehát az állandó létszámú népességet nem idegen kultúrájú néptömegek ki- és bevándoroltatásával, hanem az őshonos lakosság kettes körüli termékenységi rátájával kell biztosítani. Ez azt jelenti, hogy Afrikában a túl magas termékenységi arányszámot le kell csökkenteni, míg Európában a túl alacsony termékenységi arányszámot fel kell emelni 2,1 gyermek/nő értékre. Tehát az előbbieknak antinatalista, míg az utóbbiaknak pronatalista fordulatot kell végrehajtani. Csak ez az eszmeiség képes arra, hogy egyidejűleg csökkentse a túlságosan magas termékenyséű afrikai és emelje a túlságosan alacsony termékenyséű európai népek termékenységi arányszámát. Csak ez a szellemiség képes megalapozni a népeknek azt a jogát, hogy szabályozzák a saját termékenységük rátáját és kialakítsák a fenntarthatósággal összhangban levő stacionárius létszámú népességüket. Csak ezen a módon biztosítható a strukturálisan sokféle, de mégis állandó létszámú emberiség fennmaradása és békés fejlődése.

7. NEOLIBERÁLIS MODERNIZMUS

Jelenleg a fejlett világ uralkodó ideológiája a liberális globalizmus, amely a liberalizmus és a globalizmus kombinációjára épül és joggal tekinthetjük a modernitás uralkodó formájának. Annak érdekében, hogy ezt elkülönítsük a modernitás más formáitól, javasolom nevezzük neoliberalis modernitásnak.

A neoliberális modernitás feltételei mellett az európai emberek nem tudják összeegyeztetni a munkavállalásból és a gyermekvállalásból fakadó társadalmi elvárásokat. Tehát

az európai országokban az emberek a munka, család és a megélhetés háromszögében vergődnek, ahol könnyen kialakulnak rossz szélsőségek. Az egyik végletet az jelenti, hogy az emberek csak és kizárólag a munkájukra koncentrálnak és így nem marad idejük és energiájuk arra, hogy megházasodjanak és gyereket vállaljanak. Az alsó középosztálybeliek elsősorban anyagi okokból, míg a felső középosztálybeliek idő és energia hiányában vállalnak kevés gyereket. Az elit pedig gyakran ideológiai okokból (feminizmus, genderelmélet, zöld globalizmus) utasítja el vagy legalábbis korlátozza a gyermekvállalását, rossz példát mutatva a többi réteg és osztály számára.

Míg a klasszikus modernitás és kapitalizmus a munkaerő árába belefoglalta a munkaerő újratermelésének a költségét, addig a neoliberais kapitalizmus igyekszik megszabadulni ezektől a költségektől, s így a természet mellett ma már a családot is kizsákmányolja. A tőkének ezt a törekvését csak erős nemzetállamok képesek korlátozni.

A másik rossz véglet pedig az, amikor a társadalom legszegényebb része meg sem próbál bekapcsolódni a javak termelésébe és egzisztenciájukat kizárólag a segélyekre alapozza. Számukra a gyerek egy eszköz arra, hogy magasabb segélyhez jussanak. Ennek az életstratégiának a következménye a mélyszegénység, amelynek persze sok más oka is lehet, a betegség, a tönkrement vállalkozás, ki nem fizetett bér, adóság. Tehát helytelen azt mondani, hogy a társadalom peremén élő nagycsaládos emberek mindig a segélyek érdekében vállalnak sok gyereket.

Ezek a rossz végletek nemcsak egy-egy társadalmon belül alakulnak ki, hanem országok között is. A neoliberais modernitás semmi problémát nem lát abban, sőt azt szorgalmazza, hogy a gazdag lokalitások (pl. Európa, Japán, USA), szervezzék ki a reprodukciót a szegényebb régiókba (pl. Afrika, Dél-Ázsia, Dél-Amerika), ahol a munkaerő előállítás sokkal olcsóbban megoldható. A tőke számára a munkaerő csak egy termelési tényező, tehát érdekelt a munkaerő előállítási költségének a csökkentésében. Ha a reprodukciós központok szegények, akkor ott nagy tömegben és olcsón lehet előállítani a munkaerőt. Mindkét tényező csökkenti a munkaerő árát. Tehát a tőke abban érdekelt, hogy a reprodukciós központok mindig a létminimum szintjén működjenek, vagyis Afrika mindig szegény maradjon.

8. KONZERVATÍV MODERNITÁS

A 2,1-es ráta érdekében az afrikai népeknek átlagosan 55%-kal kell csökkenteni, míg az európai népeknek 31%-kal kell növelni a termékenységet. Ezek a magas százalékos értékek is mutatják, hogy az afrikai és európai népeknek jelentős változást kell végrehajtani a gyermekvállalási szokásaikban. Ilyen mértékű változáshoz teljesen újra kell szervezni a társadalmat, az értékrendet, a népesedési és családpolitikáját. Az afrikaiak előtt álló antinatalista és az európaiak előtt álló pronatalista kihívás azért is különbözik egymástól, mert a jelenleg uralkodó korszak, vagyis a neoliberais alapelveken nyugvó modernizáció alapvetően antinatalista hatású. Ezzel párhuzamosan az egész világban, beleértve Afrikát is folyamatosan és spontán módon csökken a termékenységi arányszám. Ezért Afrika esetében a feladat egyszerűen a modernizáció gyorsítása.

Ezzel szemben a modern európai országokban növelni kell a gyermekvállalási hajlandóságot. A történelmi tapasztalatok azt mutatják, hogy a magasabb termékenység és a tradicionális életforma között erős belső kapcsolat van. Tehát az európai országokban egy tradicionális jellegű fordulatot kell végrehajtani. Ugyanakkor nyilvánvalóan nem lehet a tradicionalistához visszatérni, hanem a liberális modernitás előnyeit megőrizve kell meghaladni a liberális modernitást és a modernizációnak egy új formáját kell kitalálni. A hegeli fejlődési sémát – tézis, antitézis, szintézis – használva a helyzet a következőképpen írható le. A pronatalista jellegű tradicionalizmust (tézist) felváltotta az antinatalista jellegű liberális modernitás (antitézis), amit a fenntartható népeiségre törekvő „tradicionális modernitásnak” (szintézisnek) kell követni. Javaslom ez utóbbi formációt nevezzük *konzervatív modernitásnak*. A konzervatív modernitás egy olyan ideológia, illetve társadalomszervezési mód, amely elsősorban a demográfiai tél problémájával küzdő európai országok számára jelent megoldást. Csak ez az ideológia ugyanis képes az elszabaduló liberális modernitás antinatalista jellegét megfékezni.

A konzervatív modernitás az embert nem redukálja le a munkaerőre, hanem olyan központi tényezőnek, személynek tekinti, akinek identitása, anyanyelve, etnicitása, világnézete, kultúrája stb. van. Tehát a konzervatív modernitás a demográfiai problémákat olyan tradicionálisan bevált értékek mellett akarja megoldani, mint család, nép, nemzet és nemzetállam. Az európai népeknek önmaguk reprodukcióját saját erőből, nemzeti keretek között kell megoldani. Első lépésben az európai országoknak *termékenység tudatos* társadalommá kell alakulnia és fel kell ismernie, hogy durván egyharmaddal kell emelni a termékenységi rátát. Tehát egy új baby boomra van szükség, amelynek a mikroszintű vonatkozásait később tárgyalom. Az európai konzervatív modernnek elutasítják a neoliberalis modernitásnak azt a törekvését, hogy a lakosság reprodukcióját kiszervezzék Afrikába.

Szerintem a konzervatív modernitás a tradicionális afrikai országok számára is egy lehetséges alternatívát jelent. Egyrészt a konzervatív modernitás sokkal könnyebben értelmezhető és követhető a tradicionális országok számára, mint a liberális modernizáció. Másrészt a konzervatív modernitás, ellentétben a liberális modernitással az afrikai országokat nem akarja beszorítani a szegény reprodukciós központok szerepébe, hanem arra biztatja ezeket az országokat, hogy minden problémájukra, legyen az demográfiai, ökológiai vagy gazdasági ne globalista, hanem lokalista megoldásokat keressenek. A szükséges antinatalista fordulat végrehajtása érdekében az első lépésben az afrikai országoknak is *termékenység tudatos* társadalommá kell alakulnia. Azaz ezeknek az országoknak fel kell ismernie, hogy a népesség gyors növekedése és a magas termékenységi ráta nem fenntartható. Ennek szükséges előfeltétele az állandó népesség és a kettes körüli termékenységi ráta. Bár a cél mindkét kontinensen közös végső soron a fenntartható fejlődés és annak részeként a fenntartható népesség, illetve a 2,1-es termékenységi ráta, az oda vezető út azonban jelentős mértékben különbözik egymástól.

9. MIKROSZINTŰ TERMÉKENYSÉG

A társadalmi (makro-) szinten a kívánatos 2,1 gyermek/nő arányszám egyéni (mikro-) szinten nagyon sok állapoton keresztül valósulhat meg. Természetesen arra nincs mód, hogy az összes olyan mikroszintű elosztási lehetőséget felsoroljuk, ahol a termékenységi ráta makroszinten 2,1 gyerek/nő. Ezért csak néhány fontosabb eset bemutatására szorítkozunk, jelesül azokra a helyzetekre, ahol 0, 1 és 2 gyerekesek vannak többségben. Ez a kérdés a demográfiai tétel problémájával szembe kerülő országok szempontjából releváns.

(Kétgyerekesek többsége) Logikai szempontból vitathatatlanul az a legegyszerűbb helyzet, amikor az emberek 90%-nak kettő és 10%-nak három gyereke van. Azaz a populációban a gyerekszám alapján csak kétféle nő, illetve férfi van: a kétgyerekes és a háromgyerekes. Valóságban persze ilyen populáció nem létezhet, hiszen lehetetlen, hogy egy populációban ne legyenek gyermektelen és egygyermekes emberek. Tehát ez csak egy gondolatkísérlet, amely fontos összefüggésre mutat rá. A két gyerekesek hegemoniája megvalósulhat még a következő módon is. A kétgyerekesek aránya 95, 97 vagy 98%, ha az emberek legalább 5%-nak négy, 3%-nak hat vagy 2%-nak nyolc gyereke van.

(Egygyerekesek többsége) Először is szögezzük le, hogy az egygyerekesek többsége mellett a háromgyerekesekkel már nem lehet elérni a 2,1-es termékenységi rátát. Itt a kritikus megoszlás a következő: az egygyermekesek aránya 45%-os és az ehhez tartozó háromgyerekesek aránya 55%. Tehát az egygyermekesek többsége esetében csak 4+ gyerekes anyák segítségével érhető el a kritikus termékenységi ráta. Az egygyermekesek aránya lehet 63%, 72%, 78% vagy 84% ha a négy, öt, hat és nyolcgyerekesek aránya eléri a 37, 28, 22 vagy 16%-ot.¹⁰

(Germektelenek többsége) Ha a gyermektelenek vannak többségben, akkor már a négygyerekesekkel sem érhető el a 2,1-es termékenységi ráta, ez csak öt vagy annál több gyerekesekkel lehetséges. Ekkor a határmegoszlások a következők: a gyermektelenek aránya lehet 52%, 65% vagy 74% ha az öt, hat vagy nyolcgyerekesek aránya eléri a 42%, 35% vagy 26%-ot.

(Másfél gyerekesek többsége) Tovább lépve az absztrakció szintjén vizsgáljuk meg azt a helyzetet, amikor a másfél gyerekes nők vannak többségben. Nyilván a másfél gyerekesek sokféleképpen létrejöhet, de ezzel most ne foglalkozzunk, csak azt vizsgáljuk meg, hogy a populáció kisebbik részében milyen termékenységi arányszám szükséges, ha a többségnek másfél gyermeke van. Ez az eset azért fontos, mert jelenleg a magyar termékenység is éppen ezen az értéken van. Ezt úgy is mondhatjuk, hogy jelenleg a magyar lakosságnak 100%-os arányban másfél gyereke van.

A másfélgyerekesek aránya lehet 91, 86, 83, 76 vagy 60%, ha a nyolc, hat, öt négy vagy három gyerekesek aránya eléri a 9, 14, 17, 24 vagy 40%-ot. Ezek a számsorok is mutatják, hogy minél több gyereket vállal az anyák egy része, annál kisebb hányaduk elégséges a 2,1-es termékenységi ráta eléréséhez. Számomra teljesen egyértelmű, hogy speciális támogatási formák segítségével sokkal egyszerűbb rávenni a nők 10–15%-át arra, hogy vállaljanak 5+ gyereket, mint rávenni arra a nők 60–70%-át arra, hogy vállaljanak 3–4 gyereket.

Sajnos a magyar és az európai közvélemény abban a hitben él, hogy a 2,1-es termékenységi ráta a háromgyerekes nők arányszámának a növelésével elérhető. Természetesen

¹⁰ Pl. $63 \text{ nő} \cdot 1 \text{ gyerek} + 37 \text{ nő} \cdot 4 \text{ gyerek} = 63 + 148 = 211 \text{ gyerek} / 100 \text{ nő} = 2,11 \text{ gyerek/nő}$.

a gyermeknevelés morális és anyagi elismerését növelve lehet és kell is növelni a három-négy gyermeket nevelő családok számát. Ugyanakkor a kétkeresős családmódel mellett ennek súlyos korlátai vannak.

Az elöregedést és a népességcsökkenést csak úgy lehet megállítani, ha elfogadjuk azt a centrális tézist, hogy nagyon sok gyermek felnevelése munka, amiért az anyáknak közalkalmazotti státuszt és fizetést kell kapnia. Javaslatom szerint a legalább 4-5 gyermeket nevelő anyákat főállású anyaként, míg a 6-8 gyermeket nevelő anyákat hivatásos anyaként kell foglalkoztatni. Az előbbi státusz csak a legkisebb gyerek nyolcéves koráig járna, míg az utóbbi státusz az anya nyugdíjba vonulásáig tartani. Ez esetben már elég az, ha a nők 10%-nak van 4,5 és a 7%-nak van 6 gyereke, a fennmaradó 83%-nak pedig továbbra is lehet átlagosan másfél gyereke.¹¹

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Brundtland, G. H. et al. (1978): *Közös Jövők*. Mezőgazdasági Kiadó, Budapest.
- Daly, Herman E. (1977): *Steady-State Economics*, W. H. Freeman and Co., San Francisco.
- Jonas, Hans (1984): *The Imperative of Responsibility. In Search of an Ethics for the Technological Age*. The University of Chicago Press, London.
- Kapitány Balázs (szerk.) (2015): *Demográfiai fogalomtár*. KSH Népeségtudományi Kutatóintézet, Budapest. <https://demografia.hu/hu/tudastar/fogalomtar/38-teljes-termekenysegi-aranyszam>
- KSH (2016): Mikrocenzus 2016 – 3. Demográfiai adatok. www.ksh.hu/mikrocenzus2016/kotet_3_demografiai_adatok
- NFFT (2013): *Nemzeti Fenntartható Fejlődési Keretstratégia*. Nemzeti Fenntartható Fejlődési Tanács Titkára, Budapest.
- Population Reference Bureau: *2019 Worlds Population Date Sheet*.
- Potter, Van R. (1990): Getting to the Year 3000: Can Global Bioethics Overcome Evolution's Fatal Flaw? *Perspectives in Biology and Medicine*, 14: 127–153.
- Tóth I. János (2018): A fenntartható népesség elvi kérdései. *Valóság* 12, 1–8.
- Wackernagel, M. – Rees, W. (2001): *Ökológiai lábnyomunk*. Föld Napja Alapítvány, Budapest, 21–22.

¹¹ $83 \text{ nő} \cdot 1,5 \text{ gyerek} + 10 \text{ nő} \cdot 4,5 \text{ gyerek} + 7 \text{ nő} \cdot 6 \text{ gyerek} = 124 + 45 + 42 = 211 \text{ gyerek} / 100 \text{ nő} = 2,11 \text{ gyerek/nő}$

Apa és lánya

Mészáros Bori és Mészáros Géza festményei

Mészáros Bori komoly erényeket csillogtat a fotorealisztikus ábrázolásban. Ugyanakkor saját festői hangütését még keresi.

Mészáros Géza absztrakt képekben helyezi elénk belső vízióit. Különleges, saját fejlesztésű technológiákat alkalmaz, melyekben az alkalmazott anyagok önmaguk reprezentánsaként fontos funkcionalitással bírnak. A mindig pozitív, életigenlő tartalom sokszor egy néhai, vagy egy lehetséges aranykorról üzen.



Mészáros Bori: Piperés csendélet

[Link az albumhoz](#)

BALOGH Dóra

A tudatos tervezés dimenziói a divatban

Absztrakt

A dolgozat célja a kortárs dizájn paradigmáinak feltérképezése a tervezői tevékenység és a fogyasztói magatartás vizsgálata mentén, részletesebben tárgyalva a divattervezés és a divatipar területét. Nem cél egy új dizájnfogalom meghatározása, a hangsúlyt a kortárs szemlélet komplexitásának és hatásmechanizmusainak értelmezésére helyezem. A kutatást a kultúratudományok, a dizájn- és divatelmélet területein végeztem, mindezt a társadalomtudományok, az esztétikai és a dizájnmenedzsment határterületén mozogva. A kutatás eredményeképpen elmondható, hogy a dizájn gondolkodás és a tudatos dizájn tervezési módszereinek alkalmazása komplex tartalommal ruházza fel a dizájnterméket. A kortárs dizájn tárgya maga a koncepció, és annak élményalapú átadása a szemléletformálás céljából.

Kulcsszavak: kultúratudomány, dizájnelmélet, tervezés, koncepció, divat, tudatos.

On Some Dimensions of Conscious Design in Fashion

Abstract

The aim of the paper is to present some paradigms of the contemporary design through the designer's activity and the examination of the consumer's behaviour, dealing with the area of the fashion design and industry. Our goal is not setting up a new design definition, the emphasis is on the interpretation of some contemporary views and the modes of their action. The main disciplinary fields of the research are social sciences, design and fashion theory, aesthetics and design management. Our main findings are the following: practicing the process of the design thinking and conscious design invests a design product with a complex content. The object of contemporary design is the concept and itself and its experience based deliverance in order to shape views.

Keywords: culture, design theory, concept, fashion, conscious.

1. BEVEZETÉS

Dolgozatomban azt a kérdéskört feszegetem, hogy miként írható le napjaink újszerű dizájn jelensége, s ez az új dizájn-felfogás jelentheti-e a teljes dizájn szakma, mind pedig a fogyasztói társadalom szemléletváltását. Az első fejezetben a dizájn tárgyát a kortárs dizájn jelenség megértésén keresztül vizsgálom, majd a tudatos dizájn vonatkozásában kitérek dizájn egyéni és társadalmi gondolkodásra gyakorolt hatására, a vágyott tárgyakon át az eszmeáramlásban betöltött szerepére. A termékélmény kapcsán az előző alfejezetek logikáját folytatva a tárgy és a felhasználó közti interakciót vizsgálom, majd a koncepció létjogosultsága alfejezet a tervezői gondolatok és üzenetek szerepét keresi, s hogy jelentkezhets-e ez a fajta kifejezőmód eszmei és kulturális érték-ként. A ruha mint társadalmi jelenség és a tervezési mechanizmusok párhuzamai második fejezetben a divattervezés fókuszából értelmezem a ruhadarabot a funkció és tárgy, a kommunikációs eszköz és a társadalmi szükséglet alfejezetekben. Érdeklődésem középpontjában a fenntartható és etikus tervezés áll, e mellett a dizájn koncepció és a divatmarketing vásárlói magatartásra gyakorolt hatása.

2. A DIZÁJN TÁRGYA

A dizájn tárgya fejezetben a kortárs dizájn területén általánosan érvényes célokat és eszközöket igyekszem feltérképezni. A dizájn jelenlegi szerepének megértéséhez szükséges a fogalom jelentésének körüljárása, s annak a változásnak a megértése, ami a dizájnt kibillentette az eddig megszokott szerepekből. A tervezői gondolkodás hozzáadott értéket képvisel, mely felveti azt a dizájnelméleti kérdést, hogy függetlenedhet-e a koncepció a tárgytól, illetve lehet-e maga a koncepció a produktum. Ennek vizsgálatához kitérek többek között a társadalmi kontextus és a dizájn kapcsolatára, az ikonikus dizájnra, a kézzel fogható termék és a gondolatosság kapcsolatára, illetve a közérzettervezés fogalmára. Abban az esetben, ha elfogadjuk a dizájn társadalmi igényekre reagáló szerepét, – mindezt úgy, hogy a közösség jobb életviteléhez járul hozzá - fontos kérdésként merül fel, hogy mi lehet a közösségi vágy, amely a dizájn mozgatója, illetve a fogyasztási szokások rámutathatnak-e a vágyott elemekre. Tárgyalom továbbá a koncepció alapú dizájn vásárlói döntésekre gyakorolt hatását, a felhasználói élmény jelenségét. A dizájn tárgyát keresve, kitérek a terméken keresztül történő üzenet átadásra és a koncepció értelmezésének fogyasztó központú vizsgálatára.

2.1. A KORTÁRS DIZÁJN JELENSÉG

A dizájn, dizájnós, dizájnner szavak használata napjainkban általánossá vált, s a köznyelvben zavarba ejtően sokféle szöveggörnyezetben megfigyelhető. A dizájn értelmezésmódja változó, dizájnelméleti síkon egy önmagát átértelmező fogalom. Különbséget feltételez többek között a szépen tervezett, a funkcionalista szemléletű termékterv és a problémamegoldó, illetve koncepció alapú dizájn között. Egy termék, mely esztétikus, nevezhető dizájnossnak akkor is, ha nem a hasznossága, hanem a szépsége miatt esett rá a választásunk? Egy könyvbőrítő, mely a marketing része is egyben, dizájntermékké válik, ha jól olvasható és a tördelése

megfelelő? Vajon mennyiben használhatjuk joggal az otthonunkban elhelyezett tárgyakra, a trendet követő sorozatgyártott ruhadarabokra, a minket körülvevő vizuális elemekre a kortárs dizájn fogalmát?

A dizájn szó többé már nem értelmezhető csupán a latin *designare* és az angol *design* szavak jelentésrétegein keresztül. A kortárs szóhasználat nem korlátozza a fogalmat a terv, a minta és az ábrázolás létrehozására, vagy az ipari formatervezés folyamatára. A terméktervezés alkotói tevékenységein túl ma a tervezői gondolkodás komplexitása jelenti a dizájnt. Vajon mi lehet az a tervezési alapgondolat, amely a termék létrehozásának kezdő löketét adja? Beszélhetünk-e egy általánosan érvényes területről, ami körül csoportosulnak a tervezői gondolatok, s ha igen, akkor képezheti-e ez a gondolatiság a dizájn tárgyát?

Marcus Fairs *Design a 21. században* című könyvének fűlszövegében olvasható, hogy „(…) a tervezők új generációját a stílusok és az alkotói felfogások minden eddiginél nagyobb változatossága jellemzi.”¹ Az alkotói felfogás válik a produktum elsődleges értékmérőjévé, amely kiemelten figyelembe veszi a kortárs szükségleteket és fenntartható, globális rendszerekben gondolkodik. Dilnot megfogalmazásában a társadalmi kontextus a tervezői tevékenységek belső hajtóerejeként jelentkezik, ebből következik a modern dizájn legfontosabb jellemzője, hogy „hangsúlyozottan társadalmi kontextusban hozzák létre, fogadják és fogyasztják.”² A dizájnlevű gondolkodás emberközpontú, melyben az egyéni felhasználókon túl a közösségi érdekeken át az emberiség érdekei is visszaköszönhetnek. A kortárs törekvés túlmutat Louis H. Sullivan funkcionálisizmusán. Ugyanakkor „a forma követi a funkciót” szándéka, amely a külső jegyek kialakítását a használhatóság és az értelmezhetőség felől közelíti meg, napjainkban is tetten érhető a koncepcionális tervezés logikájában. A 21. századi dizájn egyik jellegzetessége az „ikonikus” termékek létrehozása, mely a sztárkultusz sztár dizájnereinek önkifejezésére épülő, egyedi alkotásaiban nyilvánul meg.³ Ez a fajta emblemikus dizájn és expresszivitás utat nyitott az egyéni tervezői koncepciók felértékelődéséhez, a tárgyon túli gondolatok bemutatásának fontosságához, arról nem is beszélve, hogy a tervezői elképzelések – művészeti koncepciók formájában – a múzeumokban is egyre inkább bemutatásra kerülnek. Virginia Postrel *The Substance of Style (A stílus mibenléte)* című, 2004-ben megjelent könyvében írja, hogy a tárgyak esztétikus megjelenése legalább annyira fontos, mint a funkciójuk, s ezzel beléptünk az „esztétika korába”. Ez összefüggésben áll a média által felkapott sztártervezői kultusszal, a látvány- és szórakoztatóiparral.⁴ A használatból adódó funkcionális megfelelés és az esztétikai többlettartalom alapvető igényként jelentkezik ugyan a kortárs tárgytervezésben, a hangsúly azonban a termékötlet relevanciájára és létrehozásának okozati összefüggéseire helyeződik. A nyolcvanas években Renato De Fusco „négyosztatú eleméletében” rávilágít arra, hogy a dizájn nem egyenlő a termékkel. A dizájn a terméket életciklusa szerint, a terv, a létrehozás/termelés, az eladás és a fogyasztás rendszerében vizsgálja. Módszere, nem a mi a dizájn, hanem a hogyan jelenik meg a dizájn a világban kérdésfelvetésen alapszik.⁵ Géczy Nóra, *Design: Tér- és formakultúra* című könyvében kifejti, hogy minden megtervezett, ami körülvesz bennünket. Tehát a dizájn a tapintható és észlelhető teljes kör-

¹ (Fairs, 2007)

² (Szentpéteri, 2010: 62.)

³ (Fairs, 2007)

⁴ (Fairs, 2007: 11.)

⁵ (Fairs, 2007: 11.)

nyezet, melybe az értékestől a hétköznapiig, a magántól a közösségiig minden nemű funkcionális és eszmei produktum beletartozik. Ebben az értelemben a dizájn az emberi környezet létrehozója, és talán kijelenthetjük, hogy döntéseink és cselekvéseink egyik fő mozgatója.

„A tervezés »tárgya« tehát egyre kevésbé kézzelfogható, a korábbi értelemben vett termékformálás komplexebbé vált azáltal, hogy mind jobban az emberi tényezők, folyamatok és igények megtervezésére fókuszál, így a design ma már joggal nevezhető inkább »közérzettervezésnek« vagy »élménytervezésnek«.”⁶

Az élmény fogyasztási cikké vált, a termék használati értékétől szinte elválaszthatatlan, melyre a dizájn tudatosan reagál. Géczy Nóra szavaival élve a „környezettervezés” vagy „élménytervezés” azt a folyamatot helyezi előtérbe, melyben a tervező tudatosítja magában a fennálló fogyasztói igényeket, és célja, hogy a felismert igények teljesítése élményteli használathoz, illetve pozitív közérzethez vezessen. A hangsúly így a termékről a rendszerre vagy szolgáltatásra helyeződik át. A termék valós értéke a tervezési koncepcióban és a fogyasztási szokásokban, a felhasználói magatartásban mérhető. A pozitív, jó közérzet termékekkel való kiszolgálása felveti azt a kérdést, hogy mi az a közösségi vágy, vagy társadalmi életérzés, melynek szükséges megfeleltetni a produktumot.

2.2. A TUDATOS DIZÁJN

A „vágy tárgyai” Adrian Forty értelmezésében azok a tervezett termékek, melyek egy modern társadalmi mítosz kézzel fogható produktumai. A vágy-tárgyak a modern élet okozta feszültség feloldásában segítenek, az álom, a hit és a mindennapos lét ellentétét hivatottak tompítani, nem valós szükségletek kielégítését célozzák. Ebben a vonatkozásban egy fennálló problémáról vagy negatív érzésről a vágyott tárgy megszerzése ideiglenesen eltereli a figyelmet, s ahhoz, hogy hosszan fennálljon a pozitív közérzet, az ember újabb tárgyat kell szerezzen. Szentpéteri Márton joggal teszi fel a kérdéseket, hogy

„vajon a vágy e tárgyai kulturális reprezentációként, avagy kulturális produktumként működnek-e a modern társadalmakban? Bennük inkább az értékreprezentáció, avagy az értékteremtés példáit kell-e látnunk? Azok „valódi társadalmi megrendelésre (social demand) készülnek, avagy manipulált, <...> virtualizált igények kielégítésére?”⁷

A vágy tárgyai lehetnek mély tartalommal teli, megfontolt tervezésen nyugvó dizájn termékek is, melyek a megfelelő igényre reagálva, egy kidolgozott stratégiának köszönhetően az esztétikai értékeket is szem előtt tartva megfelelőek az adott közösség számára. A 21. századi tudatos dizájn szerepe tehát éppen abban áll, hogy a vágyott tárgyakat olyan produktumok testesítsék meg, melyek valós - tárgyi és eszmei - értékeket elégítenek ki, ezért megbecsült termékek, használatuk hosszasan fennáll. A pozitív fogyasztói közérzetet a megismert termék létrehozásának minőségi tartalma, a vásárlás közben született döntés értéke és a használat közben érzett elégedettség adja. David Raizman a modern dizájn értelmezését az anyagi kultúrához köti, s a hétköznapi tapasztalatok összefüggéseire vonatkoztatja. Számára a tárgyak

⁶ (Géczy, 2019, 20.)

⁷ (Szentpéteri, 2010: 79–80.; Szentpéteri, 2012)

a „*vágyak jelei*”, mely jelentéseket a vásárlás aktív folyamata során a fogyasztó tulajdonít a termékeknek. A vásárlói szokások feltérképezésével tehát megállapíthatóak olyan jellegzetességek, melyek a tárgyak társadalmi- kulturális jelentéseit alakítják.⁸ Mik lehetnek a vágyak jelei a 21. században? A fogyasztók a termékvásárlás során felruhazzák a tárgyakat az általuk preferált értékekkel. Mi történik abban az esetben, ha az értékeket a termékekkel együtt kézhez kapják, s nincs más dolguk, mint eldönteni azonosulnak-e vele? Nyilvánvalóan ezek az „előre gyártott értékek” a társadalmi, gazdasági és kulturális jellemzők tekintetében alakulnak és a globális problématerületekre fókuszálnak. Napjainkban a koncepcióalakítás a tervezés szerves része, melyet nem cél – már csak a befektetett energia és az újszerű gondolatok miatt sem – a termék mögött rejtve hagyni. A dizájn mint média kifejezetten törekszik arra, hogy a vásárlói döntés részévé tegye a tervezői elképzeléseket. A terméktervezés- és gyártási információk, a back stage és a csapat különböző platformokon történő bemutatása egy érdeklődő és tudatosan vásárló fogyasztói réteget feltételez, illetve kíván létrehozni. Ide kívánkozik Victor Papanek dizájn definíciója:

„Minden ember designer. (...) hiszen a design alapvető minden emberi cselekedetben. A tervezési folyamat ugyanis bárminő vágyott és előrelátható cél érdekében fellépő cselekvés megtervezését és ennek egy adott struktúra szerinti elrendezését jelenti.”⁹

A fentiek alapján felmerül az a kérdés, hogy vajon a kortárs dizájn a fogyasztókat az önnön életük dizájnereivé kívánja-e fejleszteni, mindezt egy célzottan, tudatos vásárlásra ösztönző magatartással, az igényeikre fókuszáló koncepciók bemutatásával? Azzal, hogy a vásárlók leteszik a voksukat egy dizájn termék mellett, önmaguk is tervezett cselekvések részévé válnak. Adrian Forty szerint a dizájn mindennapjaink meghatározó eleme, minden tervezés eredménye, ami körülvesz bennünket. Fontosnak tartja a gondolkodásunkra gyakorolt szerepének elemzését, s hiányolja az olyan publikációkat, melyek a dizájn „*eszmeáramlásában*” betöltött szerepét vizsgálják. Vajon az emberek mit gondolnak arról a világról, melyben élnek? Kiemeli a dizájn identitásformáló szerepét, „hiszen »állandó és tapintható formában« szolgál példákkal arról, hogy kik is vagyunk, és hogyan is kell viselkednünk a társadalomban.”¹⁰ A design története a közösségek és a társadalom története is egyben Forty számára. Logikáját követve, egy adott közösség története rajzolódik ki a fennálló szükségleteket kielégítő tárgyak létrehozási logikája, és használati gyakorlata mentén. Penny Sparkle designtörténész gondolata, Szentpéteri Márton fordításában, teljes mértékben rávilágít a kutatási terület komplexitására:

„A design és a tervezők a modern fogyasztói kultúra olyan nélkülözhetetlen szereplői, akik lehetővé teszik, hogy a termelésen és a fogyasztáson keresztül az emberek igényei és vágyai- akár tudatosan, akár tudat alatt – kielégítődjenek és megvalósuljanak azon vizuális és materiális értelemben vett termékek és képek segítségével, amelyek a piacon feltűnnek, és egyúttal segítenek bennünket abban, hogy eldönthessük, kik is vagyunk valójában.”¹¹

⁸ (Szentpéteri, 2010: 83–88.)

⁹ (Szentpéteri, 2010: 64.)

¹⁰ (Szentpéteri, 2010: 75.)

¹¹ (Sparkle, 2004: 2.; Szentpéteri, 2010: 43.)

2.3. A TERMÉKÉLMÉNY VONATKOZÁSAI

A vágy tárgya értelmezésében egy belső, meg nem fogalmazott érzés, mely a társadalmi interakciókban és reakciókban követhető nyomon. A tudatos tervezőnek egy lehetséges hiányérzetre szükséges fókuszálni, melynek felismerésével és a hiányterület betöltésével kielégíthető egyfajta társadalmi szükséglet. Gazdasági modell tekintetében egyfajta réspiacként jelentkezik, azonban ez a piaci rés sokszor megfoghatatlan, az eszmék és a gondolatiság szintjén létezik. Géczy Nóra olyan kezdeményező tervezői magatartásról beszél, melynek egyik útja egy innovatív réstermék vagy részszolgáltatás tervezése. A dizájnér olyan újfajta igényre válaszol és nyújt megoldást, mely eddig nem jutottak nyílt kifejezésre. Az élménynyújtás komplex folyamatként értelmezhető, melynek a koncepció, a termékjellemzők és a fogyasztási cikket körülvevő rendszerek – üzlethelyiség, reklámkampány stb. – is részei. A termékélmény a „felhasználó és a termék interakciója”.¹² A termékélmény során a potenciális vevő a termékhez kötődő pozitív élmények hatására elég motivációt érez ahhoz, hogy vásárlóvá váljon. Maximális eléréséhez többek között vizuális, taktilis, auditív motivációra van szükség. A 20. századi funkcionista tömegtermeléssel létrehozott tárgyakkal szemben a 21. században újra előtérbe kerül a személyes hangvétel, és az az érzelmi tartalom, melynek átélése során a fogyasztó megkedveli a terméket. Mindezek felett tervezői cél, hogy a termék és használója – sok esetben az előállítás aktív résztvevőjeként – szorosabb kapcsolatba kerüljön egymással.¹³ Az első élmény, a vágyott tárgyhoz, szolgáltatáshoz kötődik, a vásárlást hivatott generálni. Az érzés a birtoklás alatt is releváns marad, hogyha a felhasználó elégedett a terméktulajdonságokkal, érti a termék mögötti szándékot és ha mélyebb kötődést alakít ki a tárggyal. Az előbbiek alapján a felhasználói élmény kettős vonatkozású. Beszélhetünk egy felszínes, vagy külső marketing alapú, szükségletek feletti fogyasztást és visszatérő vásárlást generáló üzleti vonatkozásról és egy tartalmilag átgondolt, belső rendszerről. A mélyebb tartalom a dizájnér sajátos társadalmi folyamatokhoz köthető érzékenységből és felelősségvállalásából eredeztethető. Donald A. Norman, *Emotional Design* című könyvében meghatározza a dizájn három, - zsigeri, működésközpontú és reflektív - szintjét. A szintek más-más tervezői magatartást és módszereket feltételeznek. A zsigeri szint, a tárgy megjelenéséhez kapcsolódó tapasztalati szint, a működésközpontú szint a funkciót és a használhatóságot helyezi előtérbe. A reflektív szint üzenetközpontú dizájnt eredményez. Fontossá válik a kultúra és a termék viszonya, a tárgyakban megjelenő tervezői személyiség, eszmeiség és a használaton keresztül létrejövő jelentéstöbblet és kommunikációs mezők.¹⁴ Az „élmény és/vagy közérzettervezés” számára mindhárom szint megléte nélkülözhetetlen, a súlypontok azonban eltolódhatnak. A zsigeri szint „wow-faktora” már önmagában élményszintű, a tervezőt a kulturális szinten preferált fizikai jellemzők megalkotására ösztönzi. A kortárs dizájn nem csak az első reakcióra és a kulcsinre épít, (bár napjainkban az esztétika önmagában is lehet egyfajta tervezői cél), a felelős tervezésben mégis elkerülhetetlen a másik két szint megléte. A működésközpontú dizájn a rendeltetésre és a célszerűségre épít, a funkció, az érthetőség, a használhatóság és annak során keletkező fizikai érzet foglalkoztatja. A termékhasználat praktikus kell legyen, illetve jó közérzetet kell, hogy nyújtson. A használat során tehát érzetek keletkeznek. A meg-

¹² (Géczy, 2019: 219.)

¹³ (Fairs, 2007).

¹⁴ (Norman, 2004).

felelő terméktulajdonságok előre tervezhetőek a vásárló közeg megfigyelésével és a fogyasztói réget visszajelzései alapján. Az előbbieken tárgyalt termékélménnyel kapcsolatban kijelenthető, hogy az az adott tárgyra vonatkozó vonzó külső jegyeket a zsigeri szint mozgósítja, használat közben pedig a működésközpontú dizájn alapelvei lépnek életbe. Használat közben is hatással van ránk a termék esztétikája, ugyanakkor meg kell értenünk a működését, hogy hasznunkra legyen. Vagyis az első használatbavétel során a termékről információkat gyűjtünk, értelmezzük azt, sok esetben elsősorban vizuális termékjellemzők megfigyelésén keresztül. Ideális esetben a „tervezői konceptuális modell” és a „felhasználói modell” megegyezik, a felhasználó ugyanúgy érti a terméket, mint a tervező.¹⁵ A reflektív dizájn a terméktervezés során a termék tartalmi jellemzőire épít, nemcsak a dolgok jelentéséről és a személyes emlékekről, hanem a mások felé való kommunikációról is szól. A reflektív szinten feltehető a kérdés, hogy egy termék vagy szolgáltatás megvásárlásával mit üzenünk környezetünknek és környezetünk vajon hogyan ítél meg bennünket ez alapján? A dizájn célja, hogy a termék mondjon valamit saját tervezői személyiségéről, meglátásairól vagy pedig jövőbeli használójáról, s ezzel a felhasználót valami féle állásfoglalásra ösztönözze. A reflektív design által feltehető kérdések és válaszok kultúrafüggőek, mélysége a tapasztalással, tanulással és a tudással formálódik. A lényege, hogy „minden a szemlélő elméjében zajlik”.¹⁶ A reflektív szint a tartalmi értékkel, a koncepcióval gazdagodik, ami a termékárban is megmutatkozik. A kortárs dizájnban a három szint állandó kölcsönhatásban van egymással.

2.4. A KONCEPCIÓ LÉTJOGOSULTSÁGA

A kortárs dizájn a fentiek alapján elsősorban egy mélyebb értelmezhetőséget és tartalmas fogyasztói élményt nyújtó koncepcióra épül. Philippe Starck dizájn megfogalmazásában: „Design helyett: koncepció!”¹⁷ Ez a kijelentés az esztétikus, ipari formatervezett termékek tárgyiasságától vonatkoztat el. Nem a tárgy formatervezésében megmutatkozó értékeket, hanem a létrehozás miértjére és mikéntjére adott válaszokat hangsúlyozza. A koncepció válik a fogyasztási cikké, melyet a különböző termékek megvásárlásával ismerhet meg ember, sőt, magáénak is tudhatja azt. A vásárlók a koncepciót fizetik meg, mely egy dizájn termékében manifesztálódik. Vagyis a koncepció megnyilvánulásához keres a tervező megfelelő formát, alakot és kezdi el a tervezést. Ezek alapján kijelenthető-e, hogy a dizájn tárgya a koncepció, vagy a koncepciótervezés maga a dizájn? Hogyha minden cselekvés és létrehozott produktum tervezés eredménye, akkor valóban minden ember dizájn, a kultúránk és társadalmunk aktív résztvevője és formálója. Ugyanakkor egy mélyebb koncepció megtalálása nehéz, a dizájn szakma elsajátítása egy hosszú folyamat, mert az emberi szükségletek és a felhasználói igények sokrétűek.

A koncepció, vagy a tervezői üzenet közvetítésének egyik módja a *storytelling*. A fogyasztói társadalom egésze a termékeken keresztüli kommunikáción alapul.¹⁸ S ha már vásárlásra bíztat, tegye azt etikusan és tartalmi következetességgel. Nem mindegy tehát, hogy mi az a bizonyos *take away message*, melyet a termék megvásárlásával visz haza magával a vevő - szerencsés esetben már a vásárláskor tudatosan elkötelezte magát a bizonyos tartalmi többlet mellett -, illetve amellyel a szolgáltatás igénybevétele során találkozik. Fontos, hogy

¹⁵ (Norman, 2015: 54–55.)

¹⁶ (Norman, 2015: 63.)

¹⁷ (Starck, 2007, TED).

¹⁸ (Géczy, 2019).

befogadja, átélje és megértse az üzenetet, ahogy azt már a reflektív dizájn esetében láthattuk. Ebben a megközelítésben talán elmondható, hogy a dizájn tárgya az üzenet. Mindez a tervezéstől az értékesítésen át ideális esetben egy egységet képez, a termék használati jellemzőin át pedig formálódik. A dizájn értelmezésének kulcsa David Raizman szerint abban áll, hogy elfogadjuk azt, hogy a produktum kulturális érték, a társadalomban felismerhető kulturális attitűdök kifejeződése látható formában.¹⁹ Az, hogy egy termékben értékeket, szerepeket és viszonyulásokat fedezhetünk fel, az a bizonyos tárgy vagy szolgáltatás mögötti tudatos, vagy tudat alatti üzenet jelenlétét feltételezi. A 21. századi dizájn tisztában van kulturális szerepével, azzal, hogy megalapozott koncepcióval és tervezett kommunikációval formálhatja közönségét. Géczy Nóra a fogyasztói attitűdök megfigyelésének fontosságáról ír. A tervező célja a megfigyelésén alapuló tanulás- ha úgy tetszik érzékenyítés- a következtetések levonása, majd megoldások keresése. A megoldás a terméktulajdonságokban nyeri el végleges formáját. „Tehát nem termékeket akar eladni a fogyasztóknak, hanem problémákat old meg, kérdésekre válaszol”.²⁰ Ha nem terméket, akkor koncepciót, ha nem kézzel foghatót, akkor eszmei értéket.

A következő fejezetben a ruhadarab társadalomban betöltött szerepét és funkcióit vizsgálom. Célom összefoglalni azokat a jelenségeket, melyek hatnak egy öltözék közösségi megítélésére, így közvetve a divattervezői tevékenységre is. E mellett szükséges megvizsgálni a fentebb kifejtett kortárs dizájn tárgyát alapul véve a fogyasztói kultúrát és azokat a tartalmakat, melyek egy tudatos fogyasztói réteg számára alapvető értéket nyújtanak. Tervezői munkám során célom a közösségi szemléletformálás, így elengedhetetlen feltérképezni azokat az eszközöket és módszereket, melyek a túlfogyasztás helyett egy etikus dizájnnal irányítják a figyelmet.

3. A RUHA MINT TÁRSADALMI JELENSÉG ÉS A TERVEZÉSI MECHANIZMUSOK PÁRHUZAMAI

A ruhadarab mint társadalmi jelenség egy adott közösségben elérhető materiális és elvárások függvényében folyamatosan változik. Az öltözködés az adott társadalom kultúrájának része, a hagyományokon nyugvó és a kortárs formák eszmei és esztétikai dialógusa. A kultúra részeként, annak lenyomata, amit sokszor visszatekintve látunk tisztán ok-okozati összefüggéseiben. Ugyanakkor egy közösség jellegzetes öltözködési szokása – egy jelenségre reagálva – alakíthatja a társadalmi normákat, mely ez által a kultúránkat formáló jelenséggé értelmezhető. Ezek alapján elmondható, hogy tekinthetünk a divatra kulturális produktumként és kulturális reprezentációként. A kutatási téma nagyon szerteágazó, jelen írásomban csupán a felszínt érintem, célom azonban a doktori disszertációmban az itt olvasható problématerületek mélyreható vizsgálata. A ruhadarabot a funkció és tárgy, illetve kommunikációs eszköz mivoltában vizsgálom, összevetve a tervezői célokkal a kortárs jelenségek függvényében.

¹⁹ (Raizman, 2010; Szentpéteri 2010).

²⁰ (Géczy, 2019: 47.)

3.1. FUNKCIÓ ÉS TÁRGY

A ruhadarabot társadalmi jelenségként értelmezve az alábbiakban a funkció és a tárgy fogalmakon keresztül vizsgálom. Az ősi primitívnek nevezett népcsoportokkal kapcsolatban feltehető az a kérdés, hogy mit is nevezhetünk öltözéknek, s ezen belül ruhadarabnak. A testfestés, tetoválás, a hatalmas ékszerek mind öltözékek egy bizonyos értelemben, ugyanakkor látható módon nem a test eltakarása, mindinkább annak díszítése és jelentéssel való felruházása a cél. A teljes megjelenés, a viselet- és divattörténetből jól ismert korszakokon keresztül mutatja többek között a gazdasági-kulturális berendezkedést, társadalomban betöltött szerepet, a vagyoni hovatartozást, a nemi szerepeket. Az öltözék típusoknak és funkcióknak kulturális változatairól napjainkban is beszélhetünk, ugyanakkor a modern társadalmakban a ruhadarabok egyre kevésbé megkülönböztető jellegűek. Az identitás keresése, ahogy Roger Scruton *Modern Culture* című könyvében olvasható, a multikulturális világunkban kiemelten fontos, a modern élet szövetének átható eleme.²¹ A modern társadalmakban az első benyomást jelentősen befolyásolja öltözékünk, önmagunk meghatározójává válik, tehát mindenképp kommunikálunk a megjelenésünkkel.

Malcolm Barnard a vizuális kultúra kutatója, a divatot kulturális és kommunikációs jelenségként vizsgálva különbséget tesz az öltözködést motiváló oksági viszonyok között. Az úgynevezett „*material function*” a viselés célját biológiai szükségletként írja le. Malcolm Barnard ezen belül három egységet különít el. Az első a védelmi funkció, melyet a test és a lélek, a psziché védelmére is vonatkoztatja. A második egység a szerénység, amely az elfedést, a test eltitkolását és elrejtését jelenti. A harmadik egység az előbbi ellenpólusaként az elbizakodottság, csábítás és vonzerő céljából a test megmutatását helyezi előtérbe. Barnard az öltözködés kulturális funkcióját is meghatározza, mely a materiális funkción belül is érvényes, miként egy kultúra meghatározza és kifejezi saját identitását, illetve ahogyan védelmezi és megkülönbözteti önmagát környezetétől.²² Funkcióként értelmezhető, így ide sorolom a sport, hobby és egyéb különleges események miatt történő öltözködést, hiszen speciális ruhadarabokat igényelnek, melyek a hétköznapi funkción túl egy másik területet képviselnek. Viselhetjük ruhadarabjainkat esztétikai megfontolásból, hogy szépek, csinosak, különlegesegek legyünk. Ez a funkció nevezhető egyfajta személyes esztétikára való törekvésnek, ami a viselő szempontjából az önnön megjelenés szépségét célozza, minden egyéb funkciót megelőzve.

A funkció és a funkcionalitás fogalom vizsgálható tervezői és fogyasztói oldalról. Egyrészt a funkció a felhasználói döntéshozatal eredménye. Az első döntéshozatal a vásárláskor történik, majd sorozatos döntések következnek használat közben. A funkciót meghatározza az a mód, miként a felhasználó a ruhadarabot beépíti személyes környezetébe és ahogyan alkalmazza azt a tágabb környezetben. Ezen felül a ruhadarab viselésének, ahogy fentebb olvasható, számos szimbolikus aspektusa van. A mikro- és makrokörnyezet folyamatos kölcsönhatásban áll egymással, mely a felhasználásmódot rugalmasan alakítja. A vásárlói döntés csak az első lépés egy funkció meghatározásában és kiválasztásában. A vágy tárgyak fogalommal kapcsolatban megállapítható, hogy a vásárlói döntéshozatal nem független a környezetétől. Az aktuális politikai, gazdasági események befolyásolják a társadalmi életérzést, hatásuk a kulturális termékeken keresztül is kifejeződik. Az adott közegben született és piacra

²¹ (Scruton, 2019)

²² (Barnard, 2004: 49–71.)

dobott termékek, feltételezve a tudatos tervezés és a problémamegoldó gondolkodás folyamatát, nagyobb valószínűséggel lesznek a vásárlók által preferáltak. Ugyanakkor a fogyasztás nem fejeződik be a vásárlás aktusával. A megvásárolt termék, esetünkben a ruhadarab a viselése közben tölti be funkcióját/funkcióit. A közérzettervezés szempontját is figyelembe véve nem csupán a birtoklás miatt fordul hangulatunk pozitív irányba, hanem a koncepció jelentése, egy mélyebb eszmei elköteleződés élménye teszi mindezt. A funkció ezen területe tehát tervezőként a termékhez rendelhető, a koncepcionális tervezés alap logikája mentén. A funkció a fentiek alapján olyan gondolatisággként is meghatározható, amit a tervezői koncepcióból a felhasználó a magáévá tesz és amivel a ruhadarab viselése közben azonosul, esetleg tovább ad közösségének. A felhasználói élményt a tárgyesztétika és a funkcionalitás mellett a koncepcionális tartalmi többlet adja. Maga a koncepció értelmezésének folyamata, logikájának felismerése és megértése is tekinthető a termék vagy szolgáltatás funkciójának. Ebben a megközelítésben a funkcionalitás mértéke a fogyasztói és a közösségi szemléletformálás sikerességében mérhető.

A használati funkciót félretéve, egy ruhadarab tisztán tervezett tárgyként is vizsgálható a művészi önkifejezés szempontjából. Ebben az esetben a művészi hozzáadott érték magában az inspiráció alapú alkotásban, annak eredetiségében, esztétikájában érhető tetten. Barnard az önkifejezés ezen művészi formáját a kommunikációs funkcióhoz sorolja. Sanda Miller felteszi azt a kérdést, hogy lehetséges-e a divatot a művészet egyik formájának tekinteni. Számára a divattermék, mint funkcionális tárgy vonatkozás mellett a szemnek szép divat, muzeális tárgyként is értelmezhető.²³ A divat, mint művészeti ág és mint kulturális produktum, mára biztos helyet foglal el a társadalomban. Az esztétikai szerep mellett a művészi tárgyak többsége innováció alapú, a tervező szakmai hozzáértése és újtásra való törekvése együtt érvényesül. A művészeti céllal, általában kiállításra, pályázatra létrehozott tárgyakat szabad kreativitás és újszerű formaalakítás jellemzi, sok esetben alternatív anyaghasználattal operálnak. Nem idomulnak külső elvárásokhoz, igényekhez, s a produktum nem feltétlenül töltöhetné be az alapvetően releváns funkcióját, hiszen elsősorban nem a funkcionalitás áll a tervezői elképzelések középpontjában. A művészi tárgy esetén az esztétika és az innováció mellett kimondottan fontos a művészi én. Itt fontosnak tartom megjegyezni, hogy a művész lehet tervező és a tervező is lehet művész, a két fogalom nem zárja ki egymást. A megkülönböztetést ebben az esetben a létrehozás mikéntje és az alkalmazás módja igényli. A tervező a tárgyakat külső felhasználásra hozza létre, melyhez számos gazdasági tényezőt vesz figyelembe. Elengedhetetlen számára a funkcionalitás és a piac ismerete. A művész önmagáért alkot, a folyamat szeretete vezeti, az általa létrehozott tárgyak a személyiségének, gondolatainak expresszív, szimbolikus lenyomatai. A tervezői tevékenységből sem hiányozhat a személyiség, az egyéni látásmód, a művészből viszont hiányozhat a gazdasági vonatkozás. Egy művész nem feltétlenül a piacra termel. Mindkét munkafolyamat kulturális értékkel bír, mind az alkalmazott, ipari, mind az önmagáért való művészet produktumai a muzeális gyűjtemények részei, a kultúránk meghatározó elemei. Penny Sparkle *An Introduction to Design and Culture* című könyvében kijelenti, hogy a dizájn szerepe éppoly számottevő a magas kultúrában, mint a tömegkultúrában.²⁴ A művészi produktum vonatkozásában elmondható, hogy az inspiráció alapú munka feltételezi a tartalmi többletet, tehát az önkifejező művészet célja is lehet valami

²³ (Miller, 2007.)

²⁴ (Sparkle, 2004.)

globálisan értendő, közösség formáló és társadalomkritikus gondolatiság felmutatása. A divattervezés területén a gondolatok, eszmék, elvek közvetítésének inspiráció alapú művészi síkja találkozik a tervezési koncepcióalakítás felhasználó központú világával. A tervezett tárgy művészi és funkcionális, s mindkét hozzáállásnak szerves része az adott korban releváns gondolati mező. Az inspirációs forrást és a tárgy mögötti szándék kifejezésének módját és mértékét tervezői döntések sora határozza meg, mely nem lehet független környezetétől.

3.2. KOMMUNIKÁCIÓS ESZKÖZ

Az öltözék részleteiben, illetve a teljes összképet tekintve és a használati mód vonatkozásában kommunikál viselőjéről, melyen keresztül számos társadalmi, kulturális, gazdasági, csoportos és egyéni vonatkozás vizsgálható. Az alábbiakban nem célom kitérni a divat, mint nyelv részletekbe menő vizsgálatára, ugyanakkor megkerülhetetlenül fontos részét képezi kutatási területemnek. Öltözékünkön keresztül vizsgálható a társadalmi helyzet, státusz, a csoportszellem. A társadalmi -és gazdasági szerep meghatározásán túl politikai szimbólumként is megjelenhet, közvetíthet hitvallást, kapcsolódhat társadalmi rituáléhoz. Jelölhet egy bizonyos szórakozási formát, kikapcsolódási tevékenységet. Utal az identitásra, nemi szerepre, helyet ad az önkifejezésnek. Barnard a kulturális funkció alá sorolja a ruha kommunikációs szerepét, hiszen amit közvetít az a kultúráról mesél, annak függvénye, következménye és előmozdítója is egyben. A kultúratudományok számára Scruton szerint minden „cselekvés vagy alkotás kulturális jelentőségűnek bizonyul, amennyiben az a társadalmi kapcsolatok identitásképző termékének tartható.”²⁵

A kultúra szövetén belül létrehozott tárgyak kulturális reprezentációként is értelmezhetőek, mi szerint azok valamilyen szimbolikus tartalommal, egy értékrendszer megjelenítésére, kifejezésére szolgálnak. Peter Burke szerint a kulturális reprezentációk nem a társadalmi jelenségekre utalnak vissza, éppen ellenkezőleg, magát a valóságot teremtik meg. Szentpéteri kiemeli, hogy a kultúratudományok szerint „maga az öltözködés hozza létre azokat a kulturális értékeket, amelyek a közösséget reprezentálják a maguk és mások számára.”²⁶ Tehát ez a fajta identitásképzés egy aktív, produktív folyamatként írható le, s ez alapján Szentpéteri a kulturális produktum fogalom használatát javasolja. A kulturális produktum nemcsak a közösség, hanem az egyén öndefiníálásáról, értékrendjéről is tanúskodik. Sparkle, a kortárs fogyasztói kultúrában jelentős szerepet tulajdonít a dizájnnek és a tervezőknek. A jelenlétükkel

„lehetővé teszik, hogy a termelésen és a fogyasztáson keresztül az emberek igényei és vágyai – akár tudatosan, akár tudat alatt – kielégítődjenek és megvalósuljanak azon vizuális és materiális értelemben vett termékek és képek segítségével, amelyek a piacon feltűnnek, és egyúttal segítenek bennünket abban, hogy eldönthessük, kik is vagyunk valójában.”²⁷

Vajon mennyiben nevezhető személyes döntés eredményének, hogy miként mutatkozunk, hogyan öltözködünk? A reklámpiar kész sablonokat, ideálokat szolgáltat, melyekből a leg-

²⁵ (Szentpéteri, 2010: 32.)

²⁶ (Szentpéteri, 2010: 38–39.)

²⁷ (Szentpéteri, 2010, 43.)

szimpatikusabbal azonosulva megspórolják a fogyasztóknak az önkép és a személyiség kialakításának hosszadalmas folyamatát. A felvett stílus bármikor cserélhető egy jobbra, így vizsgálható a tárgyakon keresztül történő szépség, különlegesség hajszolása és a jólét megítélésének problematikája. Szétválik a külsőség a valós értéktől, a gyors fogyasztás a megbecsült tárgyhasználatától. Ugyanakkor ez a fajta verseny a közösség számára közös célt nyújt, közös érdeklődéssé válik a trend és az aktuális divat. A fogyasztói társadalom a felszínes jólétben a könnyen elérhető termékekkel pótol, kompenzál, gondolkodás nélkül túlfogyaszt. Napjainkban a dizájnerek olyan termékek és szolgáltatások létrehozását célozzák, melyek a társadalmi igényeknek eleget téve a közösség érdekein, jólétén túl a globális fenntarthatósági szempontokat helyezik előtérbe. A fenntartható tervezés, olyan opciót nyújt, mely összekapcsolja és egységben kezeli az általánosan vett terméktervezést, az ökológiailag érzékeny tervezést, mindezt humánökológiai szempontok figyelembevételével.²⁸ A termék-előállításról a használaton át a termék utóéletének feldolgozási folyamatát is kidolgozza. Az érzékenyített koncepcióalakítás a kulcsfontosságú tervezési szempont. A kortárs dizájn értéke az a felfogás, miszerint a tárgyak nem közömbösek többé. Az életvitel szerves részei, melyeket tudatosan választva, megértve létrehozásukat, rendeltetésüket, a termékélettartamot figyelembe véve felelősen és szeretettel használunk. Ezzel párhuzamosan kijelenthető, hogy a pazarló életmód nem trendi, a fogyasztói magatartás az utóbbi években drasztikus változáson megy keresztül, a slow dizájn közismert fogalomként vált tekintve a globális problémákat. A dizájnerek számára belülről fakadó motiváció a társadalmi felelősségvállalás, termékeken keresztül online és offline kommunikálja értékrendjét, a gyártási folyamatot láthatóvá teszi. Kielégíti és megfelel annak a közösségi igénynek, mely mára tudni szeretné mit vásárol, a vásárlással pedig voksol és meghatározza önmagát.

3.3 TÁRSADALMI SZÜKSÉGLET

Az öltözködés egyértelműen egyéni és társadalmi szükséglet, ezen felül a társadalmi igények kielégítésének szimbolikus eszköze. Egy márka pozicionálásakor többek között az előbbieket figyelembevételével és a tervezői attitűdnek való megfeleléssel határozzuk meg a márkacsaládot. A branding szerves része a megfelelő piac és célcsoport meghatározás. A divatmárka esetén a célcsoport gender szerinti megkülönböztetéséről vagy összeméréséről is beszélhetünk. A nemek szerinti célcsoport meghatározás azonban nem elegendő, ugyanis terméktervezési -és márkakommunikációs szempontból a célzott vásárlóközeg profilját is szükséges meghatározni. Így az életkor, az anyagi helyzet, az érdeklődési kör és ami számomra a legfontosabb tényezővé vált, a fogyasztási szokások kérdésköre is a branding része. A túlfogyasztással kapcsolatos kortárs ellenérzések, a környezetterhelés problémája megváltoztatta a divatiparhoz való társadalmi hozzáállást. A tervezők számára nyitott a lehetőség egy olyan igény kielégítésére, ami a fast fashion ellenpórusaként a slow dizájnban és a felelős tervezésen keresztül nyilvánul meg. A fogyasztók informálásával és érzékenyítésével a dizájntermékek létrehozásának folyamata érthetővé válik, a tevékenység több szempontból is felértékelődik. A közérzettervezés fogalma létjogosultságot kap, a dizájn termék nem pusztán tárgy mivoltában, mind inkább tartalmát, üzenetét tekintve kívánja formálni a közösségi szemléletet.

²⁸ (Szentpéteri, 2010.)

Kimondható, hogy maga a divat, az öltözködés, a trendkövetés a nőiséghez sorolt preferenciák. A divattermékek elsődleges célcsoportja a nők, akik lényüknél fogva érzékenyebbek, sok esetben emocionális alapú döntést hoznak. A Geert Hofstede kultúrakutató IMB tanulmányában négy kulturális dimenziót határoz meg, melynek egyike a férfiaság – nőiesség páros. A tradicionális férfi értékek közé sorolja az eredményorientáltságot, az erőt és minden olyan eredményt, mely materiális javakban mérhető. A női értékek az előbbiek ellenpórusa, a kapcsolatok ápolása és építése, szerénység, gondoskodás és az életminőség javítása. Jenny Darroch a nőknek szóló marketing stratégia tanulmányozásával kapcsolatban kifejti, hogy a női identitás és az önkép folyamatosan változik, ezért fontos előbb azt a kontextust feltárni, melyben értelmezi magát, ez alapján határozható meg a szükséglete. A szükséglet felderítése megelőzi azt a tényt, hogy nőről van szó. Darroch megfogalmazásában: „needs first, gender second”²⁹ A menedzsment és marketing szakirodalomban a kulturális diverzitás vizsgálatához is előszeretettel használják Hofstede kutatási eredményeit, azonban a társadalom-és kultúratudományok területén sok ellentmondásra derül fény a dimenziók összevetése során.³⁰ A nőies és férfias tulajdonságok egymásról való éles elhatárolása napjainkban már nem helytálló. Bernice Kanner marketing szakértő 2004-ben kiadott *Pocketbook Power: How to Reach the Hearts and Minds of Today's Most Coveted Consumer – Women* című könyvében a női szerepek és egyenjogúsági kérdések mentén kifejti, hogy a női vásárlóerő miképp változtatta meg radikálisan a marketing -és reklámpiac arculatát. Andrew Hacker amerikai politológus szavaival élve, a nők már nem rendelik alá magukat vagy limitálják ambícióikat, hogy az életet minél kellemesebbé tegyék a férfiak számára. A napjaink normái szerint a nők szabadon megválaszthatják életvitelüket, övék a döntés. A piacnak meg kell tanulnia a független nők nyelvét, s fel kell tennie a kérdést, milyen is a 21. századi nő, mit akar és mi az elérésükhöz vezető út.³¹ Az ideál keresés, a hasonlítani vágyás tekintetében tehát nem indokolt a tradicionális értelemben vett személyiségjegyekhez ragaszkodni. Kérdésként merül fel, hogy vajon összeegyeztethető-e a reklámpiac által közvetített nőkép a dizájnerek által preferált kommunikációs stílussal és női célcsoport karakterekkel. Számomra egyértelmű a köztük lévő ellentmondás, hiszen a tömegtermékek fogyasztást generáló karakterei díszletek csupán, nem önazonosak. Ismétlődő sablonjai egy áhított szerepnek. Az általuk felvonultatott termékek a vásárlóktól függetlenül léteznek majd, hisz megszerzésükkel csupán az ideál elérése a cél. A dizájnerek arra törekszik, hogy terméke a felhasználó személyiségének megfelelően, a magáénak érezze azt, ne elsősorban a más milyenné válás foglalkoztassa. Az ideál keresés még mindig külsőségekre épül, sok esetben nem beszélhetünk felelős marketingkommunikációról, csupán a *vedd meg, legyen a tiéd, most megéri, légy te is trendi* felhívásokat látjuk. Igény mutatkozik arra, hogy mindezekről függetlenül, kritikai szemlélettel felvértezve a vásárlói döntések értékítéletet fogalmazzanak meg. Ki nem mondott társadalmi igénynek tekintem a szemléletformálás szükségességét, melynek eléréséhez dizájnereként a tudatos fogyasztást ösztönözve, a fenntarthatósági kérdésekre érzékenyen reagálva sokat tehetünk. A slow fashion WEALL márkám, limitált szériás női kapszula kollekciókat vonultat fel. Töreksem arra, hogy a sales fókuszú tartalmak helyét egy információ központú, tudatosabb fogyasztói életérzést célzó, a márka gondolatiságát mind inkább bemutató tartalomgyártás vegye át. Mindezt elsősorban a közösségi

²⁹ (Darroch, 2014: 197.)

³⁰ (Primecz, 1999.)

³¹ (Kanner, 2004.)

szemléletformálásért, s nem marketing stratégiai szempontból teszem. A dolgozatban szereplő gondolataim szélesebb körben való kifejezését dizájnereként a kreatív alkotási folyamatokon és a márkakommunikációs platformokon keresztül valósítom meg. A dizájn gondolkodás első lépése a probléma felvetés, a problématerület meghatározása, ami mindig társadalmi vonatkozású, s jobbító, fejlesztő szándékú. A probléma kettős vonatkozású. Egyrészt a fenntartható dizájn szempontjából a minél „zöldebb” termékek létrehozása a cél. Másrészt nem elegendő csupán a termék megléte, a fogyasztói szemléletváltás is kulcsfontosságú.

Fontos számomra a kollektív tudatos alapanyag választása, az etikus gyártás és a márkakommunikáción keresztül történő edukáció. A dizájnerek és a fogyasztók – vagy a társadalom – között egy olyan párbeszéd megteremtésére van szükség, amelyben tisztázódik minden résztvevő felelőssége. A workshopok és a nyitott műhely mozgalmak jól működő kommunikációs platformok, melyek összehangolják az elméleti és a gyakorlati tevékenységeket és kézzel foghatóvá teszik a dizájnt a résztvevők számára. A közvetlen kapcsolat lehetőséget biztosít a kreatív alkotási folyamat megértésére és megtapasztalására, illetve élmény alapú tanulást eredményez, a személyre szabott gyártás pedig hosszú távon megbecsült tárgyakat eredményez. A tervezők által létrehozott közösségi szolgáltatások az élménytervezés kategóriájába sorolhatóak. A tervezői gondolatok átadása felelősségteljes tevékenység.

A divatipar etikai felelősségét számos kritika éri, melynek marketing központú mikro- és makroszintű vizsgálata is lehetséges. A mikroszint egy példája, amikor a vásárló úgy érzi, nem megfelelő bánásmódban részesül, vagy félrevezetik, becsapják. A makroszint sokkal összetettebb, bizonyos tevékenység nem szándékolt, váratlan következménye. Ilyen például a 20. század végi divatipart érő kritika, mely szerint érzéketlen hozzáállása a környezetvédelmi kérdésekhez, serkenti a „*throw-away society*”-ra jellemző túlzó fogyasztást. A társadalomkritikák új marketingstratégiát hívtak életre, számos cég számításba vette a divat zöld vonatkozásait. További kritikaként fogalmazódott meg az, hogy a divatlapokban és a divatbemutatókon egy bizonyos modell-típust preferálnak. Problémát jelent egy olyan nőkép alkalmazása, mely a nők szexuális tárgyként való kezelését sugallja, s ami a serdülőkori étkezési zavarok előmozdítója is lehet.³² A kortárs divatipar feloldotta ezt a feszültséget, különböző testalkatú, származású, nemi identitású, változatos karakterrel rendelkező modellel találkozunk. Az idealizált nőkép helyét a sokszínűség vette át. A stratégia rugalmasan reagál a világnézeti kérdésekre, a fogyasztói igényekre és magatartásformákra. A marketing fókuszában már nem az általánosan vett nő és férfi áll, hanem maga a társadalmi szükséglet, mely új nézőpontokat eredményez a márkakommunikációban. A hétköznapi kommunikáció része a környezetvédelem, tetteinkkel a pozitív irányú globális változáshoz szeretnénk hozzájárulni. Értékesé vált az előrelátó gondolkodás, a társadalmi érdek. Beszélhetünk tehát egy nemes ügy iránti elköteleződésről, mely a szavakon túl a cselekvésekben és a személyes tárgyhasználatban fejeződik ki. Ennek a változásnak is köszönhető, hogy napjainkban létrejött egy olyan divattermék fogyasztó réteg, mely a társadalmi felelősségvállalással, a példamutató magatartással és etikus, nyílt szemlélettel azonosítja önmagát.

³² (Easey, 2009: 63–70.)

4. ÖSSZEGZÉS

A dizájnról mindinkább úgy érdemes gondolni, mint a tervezői gondolkodás tárgyáról, illetve szolgáltatásokon keresztül való kifejezéséről. A közérzet megváltoztatására és a szemléletmód formálására törekvő élményalapú koncepciók mindegyike felelős tervezés eredménye. A dizájn esztétika és funkció központúságát, a kortárs törekvések tekintetében felváltja a koncepció jelentősége. Úgy gondolom, függetlenedhet a koncepció a tárgytól és tekinthető a koncepció a produktumnak. A kortárs dizájn olyan tárgyak létrehozását célozza, melyek nem csak használati tárgy mivoltukban jelentősek a társadalom számára, hanem az általuk közvetített üzenet tekintetében is. Ez az üzenet, mint például a fenntarthatósági kérdésekre adott tervezői reakciók és válaszok, a tárgy létrehozásának koncepcióján keresztül, az önálló márkakommunikációs eszközök segítségével, illetve intézményesített keretek között juthat el a fogyasztókhoz/befogadókhoz. A dizájngondolkodás problémamegoldó és a tudatos dizájn koncepció alapú tervezési módszereinek alkalmazása komplex tartalommal ruházza fel a dizájnterméket, mely a márkakommunikáción keresztül a közösségi szemléletformálás eszközévé válik, s melyben a visszacsatolásra fokozottan figyelmet fordít. A kortárs dizájn tárgya társadalmi és a globális problémákra szabott. Fontos a dizájn felelősségvállalása, az eszmeáramlásban betöltött szerepe. A társadalmi gondolkodásra gyakorolt hatása számottevő. A vásárlói szokások megváltoztatására tett kísérlet véleményem szerint akkor a legeredményesebb, ha társadalmi interakciókon keresztül, élmény alapú tanulással történik. A dizájn célja koncepcióját érthetővé és a termékélmény részévé tenni. Az említett problématerületeket a ruhát társadalmi jelenség vonatkozásában vizsgálva elmondható, hogy a 21. századi tervezési mechanizmusok megváltozásával párhuzamosan a divattermék funkciója és tárgyi mivolta is formálódik. A divat mint kulturális produktum, művészet és ipar, ideális esetben egymást erősítő kommunikációs csatornaként funkcionálnak a globális társadalmi kérdésekben. A fenntartható tervezés mellett a divatipari tevékenység több pontján is etikai kérdések merülnek fel, melynek tisztázására a közösségi igények, a társadalmi hozzáállás feltérképezése nélkülözhetetlen. A divatmarketing és ipar vásárlói magatartásra gyakorolt hatása kimagasló, ezért nem elegendő csupán a dizájn felelősségvállalása.

Minden ipari szereplő összehangolt együttműködésére van szükség ahhoz, hogy a felelős dizájn tárgya egy egységes üzenetű kovácsolódva, eredményesen formálhassa a globális társadalmat.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Barnard, Malcolm (2004) *Fashion as Communication*. Routledge, United Kingdom.
Darroch, Jenny (2014): *Why Marketing to Women Doesn't Work. Using Market Segmentation to Understand Consumer Needs*. Palgrave Macmillan, New York.
Easey, Mike (2009): *Fashion Marketing*. Third Edition, John Wiley & Sons Ltd, United Kingdom.
Fairs, Marcus (2007): *Design a 21. században. A design új irányjai a tömegtermeléstől a kísérleti törekvésekig*. Alexandra, Pécs.

- Géczy Nóra (2019): *Design: Tér- és formakultúra, Gondolatok térről, tárgyról, emberről*. Scolar Kiadó, Budapest.
- Kanner, Bernice (2004): *Pocketbook Power: How to Reach the Hearts and Minds of Today's Most Coveted Consumer – Women*. McGraw-Hill, United States.
- Miller, Sanda (2007): Fashion as Art; is Fashion Art? *Fashion Theory, The journal of Dress, Body and Culture*. New York.
- Norman, Donald A. (2004): *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*. Basic Books, New York.
- Norman, Donald A. (2015): A Design Három Szintje. /Ford.: Sipos Dániel/ *Disegno – a design-kultúra folyóirata*. (II), № 1–2, 44–64.
http://disegno.mome.hu/articles/Disegno2015_1_2_04_Norman.pdf
(Megtekintés: 2019. 10. 07.)
- Primecz Henriett (1999): Hofstede – más szemmel. *Marketint&Menedzsment*, (33), №3-4, 111–115. <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/1943/1774>
(Megtekintés: 2019. 11. 20.)
- Raizman, David (2010): *History of Modern Design*. Laurence King Publishing, London.
- Scruton, Roger (2019): *Modern Culture*. Bloomsbury Publishing PLC, London.
- Sparkle, Penny (2004): *An Introduction to Design and Culture: 1900 to the Present*. Taylor & Francis Ltd, London.
- Starck, Philippe (2007): *Design and Destiny*. TED Conference
https://www.ted.com/talks/philippe_starck_design_and_destiny (Megtekintés: 2019. 10. 12.)
- Szentpéteri Márton (2010): *Design és Kultúra. Befogadó designkultúra*. Építész fórum, Budapest <https://epiteszforum.hu/uploads/files/2010/03/design-es-kultura-szentpeteri-2010.pdf>
(Megtekintés: 2019. 10. 11.)
- Szentpéteri Márton (2012): Mítoszok a designkultúrában. *Replika*, (80), №3. 159–168.
http://replika.hu/en/system/files/archivum/replika_80-15_szentpeteri_1.pdf
(Megtekintés: 2019. 10. 11.)