

ZBOŽŠTENIE TELA V NARCIZME A KONIEC POSTMODERNEJ KULTÚRY

ERICH MISTRÍK, Katedra etickej a občianskej výchovy PdF UK, Bratislava

MISTRÍK, E.: Narcist Adoration of Body and the End of Postmodern Culture
FILOZOFIA 63, 2008, No 4, p. 344

In their narcissist and consumer approaches to life postmodern humans adore the human body. Nevertheless, in contemporary world the cult of body has been replaced by body show. The ideals of good life disappeared, it is the show that counts. Healthy or beautiful bodies are no more important. What counts is presenting them as such. Under the pressure of the consumer society, narcissism and show the values are decaying. As a consequence, postmodern culture comes to an end. Pluralism of values as the ideal of postmodern culture disintegrated, being replaced by the play of pleasures.

Keywords: Good life – Body – Show – Ideals – Values – Postmodern culture

Predstavy o dobrom živote v postmodernej kultúre. O akom dobrom živote sníva postmoderný človek?

Mnohokrát už bolo skonštatované, že postmoderná doba priniesla kult tela. Ľudské telo sa s výrazným príspevom médií dostalo do centra pozornosti: zaoberáme sa ním, obdivujeme ho (súťaže krásy, Playboy), staráme sa oň (fitness), vylepšujeme ho (od zdravotnej po estetickú plastickú chirurgiu). Rôzne kultúry v Európe sa zaoberali telom (spomeňme len notoricky známe antické Grécko), avšak postmoderný kult tela a telesnosti má svoje zvláštnosti.

Korene tejto zvláštnosti možno nájsť v barokovej Európe, keď R. Descartes oddelil mysliaci subjekt od jeho telesnosti. Človek sa stal subjektom, ktorý je subjektívny svojím myslením (vec myslíaca), ale telo (vec rozpriestranená) zostalo mimo subjektu.

Pre R. Descarta bolo vedomie v pomyselnej hierarchii sveta ešte stále vyššou hodnotou. Otvoril však cestu k samostatnému uvažovaniu o ľudskom tele bez vzťahu k ľudskej psychike, k vedomiu cestu, k totálnemu oddeleniu mysle a tela, ktoré sa udialo koncom 20. storočia. Telo dnes žije samostatným životom, človek ho začal posudzovať mimo jeho súvislosti s vedomím.

Narcistický človek konca 20. storočia spoznal, že samostatný život tela mu prináša pôžitky, pričom tieto pôžitky sú okamžité, prítomné tu a teraz. Duchovné pôžitky si vyžadujú oveľa väčšiu námahu a systematickosť, pričom nikdy nie je zaručené, že ich dosiahne; práve naopak, výsledky duševnej námahy človeku ukazujú, že svet je komplikovanejší, než sa mu spočiatku zdalo. Ak človek pracuje na svojom tele, aby ho ukazoval očistené od prejavov hrubej prírody, aj to ho stojí námahu. Výsledky sú však viditeľné okamžite; a môže ich ukazovať, chváliť sa nimi. Pôžitky tela možno vizuálne prezentovať, pôžitky ducha nie, tie zostávajú zážitkami kdesi hlboko v ľudskom vnútri. Zato pôžitok tela je „efektný, okázalý, oslňujúci, pompézny, nápadný, okatý, prehnane teatrálny, vypínavý, nadutý, vystavovaný“ ([14], 249): zážitok (z) tela je jednou veľkou show.

Keďže postmoderný narcistický človek sa teší z toho, že má telo, z toho, aké ho má,

a teší sa z pôžitkov, ktoré mu poskytuje, mal by ho zbožňovať. On ho však zbožšťuje. Zároveň svoje telo nenávidí, lebo ono nikdy nie je v zhode s ideálmi krásy, ktoré človeku ponúkajú médiá a reklama. „Postavte sa nahá pred veľké zrkadlo a pozrite sa na seba spredu, zozadu i zboku. Odlíčte si očné tieň a vyrovnajte sa s pravdou o skutočnej situácii... Trasie sa vám tuk na tele a na koži sa robia jamky? Vidíte tie oblíny? Máte veľmi tučné stehná? Zväčšuje sa vám brucho?“ ([13], 115). Zrkadlo ukazuje žene (a dnes už aj mužom!) krutú pravdu: tuk, jamky, tučné stehná, brucho..., t. j. odchýlky od noriem krásy. Médiá nútia súčasného človeka vnímať svoje prirodzené telo ako niečo škaredé, čo v logike súčasných médií a masovej kultúry automaticky znamená aj *zlé*. Mať veľké brucho je hriech, lebo také brucho o človeku vypovedá, že veľa je a nezdravo sa stravuje, teda nekontroluje svoj životný štýl, žije ako zvieratá. Mať veľa vrások znamená, že sa človek nestará o svoju pleť, že je starý, teda nemá dost síl podávať vysoké výkony. „Dis-harmonické“ telá teda buď ponížujú človeka na úroveň prírody, zvierat, alebo ho pri najmenšom odsúvajú z centra diania na okraj spoločnosti.

Postmoderný, konzumný človek svoje telo nemiluje, nezbožňuje, on ho zbožšťuje. Dobrý život a šťastie sú tam, kde sú krásne, vyšportované, pestované telá. Keďže takéto telo je božstvom postmoderného narcisa, vystavuje takéto vypreparované telá na obdiv. Vzniká show tela. Ideálom nie je len vypracovať telo, ideálom je ukázať ho, byť oslňujúcim, pompéznym, vytvárať dramatické efekty. Telo upravujeme preto, aby jeho vypreparovaná krása bola jasne čitateľná. Toto vystavovanie tela na obdiv, akoby bolo vo výklade, však vyjadruje fakt, že fetišom už nie je len telo samotné. Fetišom súčasného človeka je show, predstavenie, pompéznosť. Nestačí, že je telo perfektné, treba ho ako také aj ukázať.

Telo zostalo animálne, teda smrteľné, ale človek túži prekonať svoju smrteľnosť. Hoci postmoderný, konzumný človek žije prítomnou chvíľou a neverí už na veľké ideály, ktoré by mal nasledovať (J. F. Lyotard – koniec veľkých príbehov), snaha o nesmrteľnosť mu zostáva. Telo, ktoré je fetišom dokonalosti, je predsa len smrteľné. Ak ho však ukážem, ak komunikujem svoju snahu o dokonalosť, ak dokážem prezentovať svoje telo vo veľkej show, zostanem v pamäti ľudí (buď na fotografiách, alebo v médiu). Prekonám svoj obmedzený čas na zemi, lebo moje dokonalé telo zostane zaznamenané a známe širšiemu okruhu ľudí; tak ako perfektný nos Michaela Jacksona.

Pre postmoderného konzumného človeka nie je dôležité, aký je, čo robí, čo vyznáva a čomu verí, s kým spolupracuje; dôležité je to, ako vyzerá, a hlavne to, ako sa prezentuje. Veľké príbehy, ktoré vyvierali z určitých noriem a hodnôt a riadili sa nimi, už nemajú zmysel. Dôležité je ukázať výsledky týchto príbehov. Svet a život, to je súbor faktov existujúcich tu a teraz. Preto nie je nevyhnutné porovnávanie hodnôt, konfrontácia noriem, zvažovanie postojov, ale ich prezentácia. Do prezentácie vstupujú všetky hodnoty ako rovné. Ich nerovnosť sa rodí zo spôsobov prezentácie, z reklamných kvalít show a predstavenia. Lepšia je tá hodnota, ktorá je presvedčivejšie prezentovaná, iné kritériá nie sú podstatné. Každá hodnota má právo na existenciu, lebo vopred nevieme, ktorá akú prezentáciu získa. Jej existenciu oprávňuje kvalitná prezentácia.

Ideálom dobrého a pokojného života konzumného človeka v postmodernej dobe je rešpektovanie rôznorodosti. Keďže každý z nás má inú predstavu o svete, každý z nás vníma svet inak a vyznáva iné hodnoty, nemôžeme rozhodnúť, ktoré hodnoty a pohľady na svet uprednostniť. To nám umožní až ich prezentácia. V dôsledku toho postmoderný

človek „nebude schopný brať vážne žiadne presvedčenie, nech by už bolo akékoľvek. Z tohto hľadiska je to tolerancia, pokiaľ tu vôbec ide o toleranciu, degenerovaná, a to do tej miery, do akej je obyčajnou ľahostajnosťou a ničím viac“ ([9], 38). Relativizácia etických a iných hodnôt dospieva k svojmu vrcholu.

Uprednostnením tela sme etické hodnoty odsunuli do úzadia, lebo sme sa začali pohybovať na úrovni pseudokonkrétnosti, ktorá žiadnu etickú hĺbku nemá. Akoby sme sa zamerali iba na estetické hodnoty, pretože sme masívne začali uvažovať o kráse tela a starať sa o ňu. Táto krása nevyviera z duševno-fyzickej harmónie a spôsobu života človeka, ale z vypreparovaných tvarov, ktoré sa chcú priblížiť mediálnemu ideálu. Ani tento ideál však nie je podstatný, najdôležitejšia je prezentácia „krásy tela“. Už nie je také dôležité ani to, aby modelka mala pestované vlasy, hoci to je nevyhnutný predpoklad. Do popredia sa dostáva požiadavka, že musí mať dlhé blond vlasy, aby sme ju považovali za krásnu. Už ani snaha o krásu nie je dôležitá, dôležitý je len vonkajší znak v podobe, ako ho prezentujú médiá.

Relativizácia etických hodnôt dosiahla krajnú medzu: etické hodnoty nielenže sú menej dôležité, človek ich vlastne vôbec neposudzuje. Je k nim ľahostajný, len ich predpokladá v pozadí. „Zviditeľniť sa“, hoci aj negatívne, je lepšie, ako sa nezviditeľniť vôbec, pričom v rýchлом tempe života sa len ťažko vníma obsah, respektíve predpokladá sa, že je za ním nejaký významný obsah“ ([10], 79). Výrazná prezentácia je predpokladom toho, že sa prezentuje niečo dôležité, a preto by sme to mali tolerovať. Už aj tolerancia degenerovala a zbavila sa akýchkoľvek obsahov.

Ideály dobrého života v postmodernej spotrebnej spoločnosti, žijúcej v pseudokonkrétnosti, vlastne žiadnymi ideálmi nie sú. Aby sa stali ideálmi, museli by získať pevnejší hodnotový základ. Ten nemajú, lebo súčasný človek je ľahostajný k hodnotám a je ochotný akceptovať akékoľvek, ak uverí ich prezentácii v akejkoľvek show. Ak by boli ideálmi, museli by sa dotýkať vnútorného sveta človeka a jeho vzťahov k druhým ľuďom, k histórii, k spoločenstvu, k budúcnosti. Súčasné ideály sú však viazané na vypreparované „krásne“ telo existujúce mimo sociálnych vzťahov a mimo jeho väzby na vnútorný život človeka. Ak by boli ideálmi, museli by človeka viesť do budúcnosti pomocou nejakého veľkého príbehu. Nevedú ho však nikam, lebo súčasný človek neverí veľkým príbehom. Ak by boli ideálmi, museli by vyvierat' z niečoho v ľudskej realite s jej túžbami, prehrami, snahami, predsudkami. Vyvierajú však len z kvalít prezentácie, preto nie sú schopné reprezentovať žiadne túžby a emócie každodennosti. „Postmoderná spoločnosť nemá žiadne idoly ani žiadne tabu... nemá žiadny historický projekt, ktorý by ju mobilizoval“ ([6], 13).

„Krásno so sebou nesie implikáciu pospolitosti; krásno je poriadok, ktorý je mi daný, sieť, do ktorej sa mám chytiť, aby sa môj duch nemohol rozniecovať, kde sa mu zapáči“ ([5], 98).

Ovláda nás prázdna sieť vopred určených foriem. Nie sú tu ideály, nie je tu hĺbka, je tu len sieť foriem.

Rozpad ideálov dobrého života. Ako je možné, že postmoderný človek dokáže žiť v takejto sieti prázdnych foriem, ktoré stratili etický, a vlastne akýkoľvek hodnotový obsah?

Konzumný postmoderný človek je narcisom, ako ho pomenúva G. Lipovetsky. Vo

svojej každodennej existencii sa stará hlavne sám o seba. Jeho každodenný život je taký preplnený túžbou po predmetoch a zvodnosťou konzumnej spoločnosti, že mu nezostáva čas ani psychický priestor na niečo presahujúce jeho každodennosť: „V spoločnosti, kde na naše telo, na osobnú vyrovnanosť aj na voľný čas útočí lákadlo veľkého množstva najrôznejších vzorov, si človek musí neustále vyberať, musí byť iniciatívny, informovať sa, kritizovať kvalitu výrobkov, skúmať sa a prezeráť, udržiavať sa mladý, uvažovať o najjednoduchších úkonoch: Aké auto si kúpiť, na aký film ísť do kina, kam ísť na dovolenku, akú knihu čítať, na akú diétu sa dať či akú terapiu zvoliť? Spotreba núti človeka starať sa o seba, byť k sebe zodpovedný“ ([8], 149). Jeho každodennosť je vyplnená. Pritom naozaj žije v priestore spoločnosti, lebo to všetko zvažuje vo vzťahu k spoločenstvu: Ako ma budú hodnotiť?, Budem dostatočne svieži, mladý, krásny?, Budem poznať najnovší film?, Budem poznať najlepšie dovolenkové „destinácie“?, Prezentujem sa v dobrom svetle? Hoci pritom nie je dôležité, aby človeka ocenili druhí, ale aby on sám mal dobrý pocit, že sa skvele prezentoval, predsa tu tí druhí zostávajú ako prostredie, pre ktoré sa prezentuje. Žije aj v čase tejto spoločnosti, pretože neustále sleduje nové trendy, nové produkty, nové spotrebné predmety, aby jeho život bol „na úrovni doby“. Postmoderný človek vníma svoje telo v sebaláske narcizmu. Pretože však potrebuje potvrdenie svojej krásy od okolia, vníma svoje telo tak, ako ho vníma jeho okolie.

Tu sa rodí paradox protikladov požiadaviek spoločnosti a jednotlivca. Spoločnosť človeka vníma, hodnotí, interpretuje jeho činy a názory, konfrontuje jeho hodnoty s hodnotami iných. Spoločnosť stále od neho niečo chce a on to skutočne aj nasleduje a riadi sa tým; ale vlastne sa tým ani neríadi, lebo cieľom individuálneho človeka je len „dobre vyzeráť“. „Vyzeráť“ tu má dva významy. Na jednej strane nesie doslovný význam: vizuálne dobre pôsobiť (postava, mladosť, vôňa, oblečenie). Na druhej strane nesie prenesený význam: dobre zapôsobiť, dobre sa prezentovať (ukázať, že to viem, že mám na to aj finančne, aj svojimi schopnosťami, že sa udržiavam, že pracujem na sebe). Jednotlivec reaguje na spoločenské požiadavky vtedy, keď mu pomáhajú splniť cieľ dobre vyzeráť a dobre sa prezentovať. Inak sú mu ľahostajné takým istým degenerovaným spôsobom, akým toleruje druhých ľudí (tak, ako sú mu ľahostajní druhí ľudia). Koniec koncov, už od prelomu 19. a 20. storočia platí, že „správanie podľa predstáv iných či spoločenskej objednávky sa považuje za menej hodnotné ako výrazné činy, nech sú už vo vzťahu k iným pozitívne, negatívne, alebo neutrálne“ ([10], 79).

Pre postmoderného narcisa nie je dôležité dodržiavať pevné normy, stanovované spoločnosťou. Z princípu narcistického a konzumného vzťahu k svetu totiž vyplýva, že normy nie sú dôležité (hlavne, ak prichádzajú zvonku, ak nie sú zvnútornené). Dôležitý je vlastný pôžitok, ktorý treba predlžovať a prehlbovať na maximálnu možnú mieru.

Napriek tomu v situácii veľkej rýchlosti vzniku nových zážitkov, v situácii, keď nás každodenná realita vedie k prevahe krátkodobej pamäti až k strate pamäti, nie je možné zážitok predlžovať a prehlbovať. Je možné ho rýchlo prežiť a hnať sa za ďalším. „... trvalá všadeprítomnosť audiovizuálneho mixu, televízia a teledikcia v jednom, konečný transfer, ktorý definitívne spochybnil starú problematiku miesta, kde sa formujú mentálne obrazy, i problematiku upevňovania prirodzenej pamäte“ ([11], 15), t. j. prudký nápor audiovizuálnosti vo všetkých formách (od billboardov cez televíziu až po internet) nás zahlcuje obrazmi, ktoré nám bez vydýchnutia poskytujú nové a nové podnety-pôžitky-radosti-obsahy. Nemôžeme si ich pamätať, nemôžeme ich rozvíjať, môžeme len stále

vyhľadávať nové – lebo sa nám stále nové vnucujú. Už nie je možné zážitky prehľbovať, jednoducho sú – vzniknú a rýchlo zaniknú.

Ako sa môže v tejto situácii jedinec riadiť nejakými normami, ktoré majú pretrvávajúť? Veď v súčasnosti vznik akejkoľvek novej normy okamžite sprevádza buď jej spochybnenie, alebo vznik ďalšej. Už nežijeme len v situácii „delokalizovanej reči“ ([11], 15). Delokalizoval sa celý obsah nášho vedomia, delokalizoval sa celý život postmoderného konzumného človeka – nemá stále miesto, nemá stály pohľad na svet, má len neustále sa meniace zážitky.

Strata pamäti, strata perspektívy, strata snahy a motivácie, strata minulosti, rozpad identity. Zostali len aktuálne zážitky, pôžitky, radosti. Byrokratizácia kultúry a spoločnosti, s ktorou prišla už moderna a ktorú naplno rozvinul postmoderný štát, štandardizácia vedomia, ktorú masívne podporujú médiá a masová kultúra – tieto faktory bránia akejkoľvek individualizácii ľudského vzťahu k svetu a existujúcu individualizáciu odmietajú, brzdia.

Proti nim však pôsobí rozpad jadra (delokalizácia) života postmoderného človeka, ktorý preferuje už len momentálne pôžitky. Štát, médiá, byrokracia sa snažia, aby jednotlivec vnímal „podstatné“ normy, idey, artefakty a aby ich buď kupoval, alebo nasledoval. Má vnímať podstatu, substanciu, ktorá je nemenná (v predstavách štátu naveky, v predstavách médií aspoň tu a teraz). Ponuka je však taká obrovská, taká pestrá a taká zvodná, že zákazník, príjemca, divák, jednotlivec už len prudko obracajú zrak z jednej strany na druhú, aby videli čo najviac. Neprenikajú do podstaty, sledujú len povrch, náhodné (akcidentálne) znaky predmetov, noriem, ideí, čo sa im ponúkajú. Pod vplyvom premien audiovizuálnej techniky „videnie prestáva byť substanciálnym a stáva sa akcidentálnym“ ([11], 25). Určite to však neplatí len pre sledovanie audiovizuálnych produktov. U postmoderného človeka to platí pre akékoľvek nazeranie na svet. Ten už ani nemusí prenikať do podstaty, k substancii, keď mu nový, krajší, lepší zážitok príde aj bez takéhoto prieniku. Stačí sledovať náhodné súčasti a znaky reality, zážitok (pôžitok) sa dostaví. Svet vníma len v jeho akcenciách. Je príjemné vnímať svet takto. Človek nepotrebuje normy, lebo tie by ho pevne viazali na určitý čas a priestor, k určitej sociálnej skupine. Vo svete globalizácie je však jednotlivec vyviazaný zo sociálnych vzťahov, resp. žije vo svete „sociálnych vzťahov vytrhnutých z miestnych kontextov interakcie a ich reštrukturalizácie v neobmedzených časopriestorových rozpätiach“ ([7], 26). Svoje sociálne väzby často nadväzuje mimo aktuálneho času a priestoru svojej fyzickej existencie, vo svete internetu dokonca aj ako virtuálna osobnosť. Súčasny človek žije na „hodnotovej plytčine“: „nie je totiž možné byť všeličím súčasne; nie je to jednoducho v ľudských silách. Ale predstierať sa dá aj všeličo naraz. Sémantický fetišizmus má teda nahradiť hodnotové vzťahy, pričom sa zvyčajne na znaky degradujú aj skutočné hodnoty“ ([3], 134).

V takomto kontexte sa predstava o dobrom živote vlastne ani neformuje. Nemá sa o čo oprieť, lebo normy síce spoločnosť ponúka, ale jednotlivec buď vníma také množstvo noriem, že všetkým nemôže vyhovieť, alebo sa normy okolo neho stále menia. Predstava o dobrom živote sa v takejto situácii môže už len objavovať a miznúť, premieňať sa v každom momente.

Je málo hodnôt, ktoré ponúkajú postmodernému, konzumnému a narcistickému človeku akú takú oporu pre jeho predstavu o dobrom živote. Hodnotou je honba za zábavu, ktorá je však prchavým podnetom s prchavým výsledkom. Hodnotou má byť výkon,

avšak ten je skutočným výkonom len vtedy, ak za každým výkonom nasleduje ďalší. Hodnotou je fyzická krása, avšak aj tá veľmi prchavá, a to z dvoch dôvodov: Človek starne a okrem toho mu médiá neustále prezentujú nové a nereálne vzory fyzickej krásy. Hodnotou je spotreba, ktorá sa však nikdy nekončí, lebo si žiada stále novú spotrebu. Opory, ktoré by mali byť oporami, sú len prázdny a krátkodobými zážitkami. Zostala nejaká istota? Ešte v roku 2002 I. Blecha nástojil na tom, že istota existuje: V postmodernom, pluralistickom svete hľadal niečo, čo je v pozadí plurality ako danosť, z ktorej pluralita vyviera. „Tak ako z plurality fotografií v albume nevyplýva, že svet, ktorý zachycujú, je pluralitný, ani z plurality rôznych perspektív nazerania nevyplýva, že aj realita sama je triesťou nesúrodých daností“ ([2], 104). Vo svete pôžitkov je však konzumný človek odsúdený (sám sa odsudzuje) na život v totálnej pluralite bez pevného základu. Akcidentálne vnímanie sveta mu bráni vnímať substanciu, ktorej akcidencie sa premieňajú. Honba za pôžitkami mu bráni vnímať zmysel pôžitkov. Spotrebná zvodnosť predmetov mu bráni vidieť zmysel spotreby. Fyzická krása stratila svoj vnútorný zmysel. Podľa gréckych ideálov by mala byť v harmónii s vnútornou krásou a silou, ktoré by mala vyjadrovať. Dnes je však už len výsledkom žehlenia pokožky alebo umelým nafukovaním svalovej hmoty.

Životné postoje, životné istoty, životné ciele postmoderného človeka sa v posledných pätnástich rokoch rozpadli. Stratil posledné istoty. Nerozsypali sa len kritériá hodnotenia, ale už neexistuje ani dôvod, prečo by vôbec mal budovať nejaké kritériá. Ak sú všetky hodnotenia rovnocenné, je možné budovať nejakú spoločnú alebo koncíznu predstavu o dobrom živote? Nestratila sa len koncízna predstava o dobrom živote, ale stratila sa aj samotná možnosť budovať ju.

Rozpadajú sa základné koncepty postmodernity. Pluralita, ktorá bola podľa W. Weltscha ešte zdôvodnená ([12], 164), dnes už nemá žiadny dôvod, je už len ľubovôľou príjemných zážitkov.

Súčasný konzumný človek už nežije v etape, v ktorej sa dokončoval koncept moderny. Moderna síce volala po originalite individua, avšak originalita bola pre ňu ešte stále niečím neopakovateľným, čo je síce individuálne, čo ale rešpektuje kultúrnu tradíciu, materiál, jestvujúce zákonitosti a normy. Kultúra moderny „mala byť zložitá, intelektuálna, esteticky a často morálne provokujúca... nedosiahnuteľná pre tých, čo nemali určité vzdelanie a nezískali určitú vnímavosť“ ([4], 191). Masová kultúra postmodernity vzniká tak, aby si ju mohlo ľahko a rýchlo „vzdvihnúť“ aj nevzdelané obecnstvo, je „user friendly“ ([4], 192). Od intelektuálnej, originálnej tvorby sme prišli k tvorbe kultúrneho fastfoodu. Aj fastfood je však ešte stále koncepciou, lebo počíta s určitým obecnstvom a s určitým spôsobom percepcie. Fastfood je typickým produktom postmodernity, ktorá ešte ponúka odlišné koncepcie v rámci plurality, a tak dotahuje predstavy moderny do dôsledkov.

Pluralita súčasnosti je však už len súborom náhodných nápadov a pôžitkov. Nie je už priestorom na súboj koncepcií, je len súborom náhodných nápadov, ktoré vznikajú iba na to, aby poskytli pôžitok. Pôžitok nie je koncepciou, lebo všetky pôžitky sú koniec koncov rovnocenné: sú konečnou hodnotou a niet ich k čomu primeriť. Kde niet meradla, kritérií, tam sa stráca hierarchia, zostáva jednoduchá triviálnosť. Vo svete ľubovoľných nápadov nič nie je dôležitejšie ako niečo iné. Všetky pôžitky a udalosti sú rovnocenné, takže vlastne nemajú žiadnu výnimočnú hodnotu, sú všedné.

Predstava o dobrom živote, resp. skutočná koncepcia dobrého života nemôže dnes vzniknúť z dvoch dôvodov. Štát a spoločnosť sice stále presadzujú svoje predstavy, jednotlivci ich však stále odmieta a presadzuje svoj život plný príjemných pôžitkov. Štát odmieta individuálne predstavy o dobrom živote, lebo svoje považuje za najlepšie; jednotlivci je to už jedno, lebo sa snaží len o momentálny pôžitok.

Rozklad postmoderny. Postmoderná kultúra je na konci. V postmoderne štát a spoločnosť ponúkali rôzne vyargumentované koncepcie v rámci euro-atlantického demokratického systému. Jednotlivci sa zasa chceli odlišovať od iných jednotlivcov, resp. chceli vstupovať do spoločností s odlišnou koncepciou a s vlastnými hodnotami. Postmoderný štát aj jednotlivci hľadali dôvody na svoju odlišnosť a snažili sa akceptovať odlišnosť i hodnoty druhých.

Postmoderna tak dovádzala do dôsledkov koncept moderny, v ktorom súťažili odlišné koncepcie. V moderne navzájom súťažili o to, ktorá je lepšia, v postmoderne chceli žiť vedľa seba ako rovnocenné.

Dnešná situácia je iná. Súčasný európsky štát (či „super-štát“ – Európska únia) a súčasné spoločstvo sú oveľa autoritatívnejšie než pred pár rokmi, stále viac presadzujú svoju vôľu, a tým odmietajú postmoderný koncept plurality v mene vlastnej, „najlepšej“ koncepcie. Majú totiž predstavu, že ich hodnoty sú premyslené, a teda lepšie než hodnoty iných. Osobujú si právo rozhodovať o tom, že ich predstavy sú lepšie. Súčasný narcistický jednotlivec je zasa čoraz viac vo vleku ľubovôle, pôžitkov, a teda všednosti bez hierarchie hodnôt, čím odmieta postmoderný koncept plurality v mene najpríjemnejšieho stavu. Tento najpríjemnejší stav sa však v priveľkom množstve pôžitkov obracia vo svoj protiklad, v stav bez príjemného a príjemnejšieho.

Dobry život ako pluralita perspektív a životných štýlov – predstava postmoderny – je uzavretý. Dnes človek na jednej strane európsky štát (a Európska únia) vnucuje svoju predstavu dobrého života, na druhej strane žije európsky človek vo svete bezhodnotovej všednosti, v ktorej nevzniká žiadna predstava o dobrom živote. Ak ešte v roku 1990 V. Bělohradský tvrdil, že „rozdielnosť, odlišnosť“, pluralita nie sú prechodným stavom ľudstva, fázou jeho vývoja, ale že sú definitívnou, ontologickou podmienkou jeho existencie“ ([1], 14), tak sice ontologická podmienka rôznorodosti zostáva naďalej, ale súčasný post-postmoderný človek prežíva svoj život v triviálnej šedivej rovnorodosti všetkých (a ľubovoľných) koncepcií-pôžitkov-hodnôt.

V tomto svete už prestáva mať význam tvorba nejakej tradície, o ktorú by sa dnes človek mohol oprieť. Kultúrna tradícia totiž vzniká tak, že spoločnosť zo všetkých vytvorených diel niektoré vyzdvihne, ohodnotí, zachová, ostatné odmietne, nevšimne si, prisúdi im negatívnu hodnotu. „Pre kultúru je charakteristické, že vrhá ostré svetlo na určité výtvy, že hromadí svetlo v ich prospech bez ohľadu na to, že všetko ostatné zostane v tme. Tak je v zárodku udusený... každý chvíľkový rozmar, ktorého zdrojom nie sú tieto privilegované výtvy“ ([5], 15). Kultúra tak podľa J. Dubuffeta dusí tvorbu, ktorá je mimo jej rámca, lebo o ňu nemá záujem, lebo ju nevyživuje životodarným svetlom pozornosti, lebo si pod vplyvom mocenských štruktúr cieľavedome vyberá, čomu venuje svoju energiu.

Postpostmoderná kultúra už rezignovala aj na osvetľovanie a zhodnocovanie čokoľvek. Vo svete narcizmu, ľubovôle, pôžitkov, rovnosti všetkých hodnôt už niet na čo

zamieriť svetlo kultúry, dokonca už ani niet dôvodu, prečo by sme mali niečo vyzdvihnúť, a niečo si nevšimnúť; veď aj tak si to iné všimne niekto iný, veď aj tak si to svoje všimne človek len sám pre seba, veď aj tak iní ľudia jeho výber vôbec nemusia akceptovať.

Kultúra dnes prestala osvetľovať a vyberať, zatemňovať a dusiť. Prežíva v povrchnej ľahostajnosti k všetkým produktom a tvorcom. „Programovo sa zameriava na marketingovú pozíciu tela a intimitu“ ([6], 85). Už jej na ničom nezáleží. Aj ten kult tela v jeho antickej harmónii s duchom je už len vyprázdneným predvádzaním telesnosti, simulakrom nejakého kultu; aj to potláčanie tela, ktoré preferoval kresťanský asketizmus, sa premenilo na vyprázdnenú anorexiu, ktorá nevzniká pre ideály, ale pre snahu podobať sa mediálnym obrazom krásy, podobať sa simulakru krásy.

LITERATÚRA

- [1] BĚLOHRADSKÝ, V.: O post-moderní době. In: *Most*, 1990, č. 1, s. 13 – 25.
- [2] BLECHA, I.: *Fenomenologie a kultura slepé skvrny*. Praha: Triton 2002. ISBN 80-7254-264-8.
- [3] BROŽÍK, V.: *Hodnotové orientácie*. Nitra: FF UKF 2000. ISBN 80-8050-368-0.
- [4] CARROL, N.: *A Philosophy of Mass Art*. Oxford: Clarendon Press 1998. ISBN 0-19-874237-1.
- [5] DUBUFFET, J.: *Dusivá kultura*. Praha: Herrmann & synové 1998 (bez ISBN).
- [6] GAŽOVÁ, V.: Fenomén narcizmu v kultúre a umení 20. storočia: Premeny teoretickej reflexie. In: *Významové a výrazové premeny v umení 20. storočia. Acta facultatis philosophicae Universitatis Prešoviensis*. V. Žemberová (ed.) Prešov: FF PU, 2005. ISBN 80-8068-354-9.
- [7] GIDDENS, A.: *Důsledky modernity*. Praha: SLON 2003. ISBN 80-86429-15-6.
- [8] LIPOVETSKY, G.: *Éra prázdnoty. Úvahy o současném individualismu*. Praha: Prostor 2003. ISBN 80-7260-085-0.
- [9] MARCEL, G.: *Přítomnost a nesmrtelnost*. Praha: Mladá fronta 1998. ISBN 80-204-0701-4.
- [10] ŠULAVÍKOVÁ, B.: *Autenticita a dobrý život*. Bratislava: Album 2006. ISBN 80-968667-5-3.
- [11] VIRILIO, P.: *Stroj videnia*. Bratislava: SFÚ 2002. ISBN 80-85187-31-0.
- [12] WELSCH, W.: *Naše postmoderní moderna*. Praha: Zvon 1994. ISBN 80-7113-104-0.
- [13] WOLF, N.: *Mýtus krásy*. Bratislava: Aspekt, 2000. ISBN 80-85549-15-8
- [14] ZLATOŠ, P.: Výrazové kvality a princíp show. In: *Show ako výrazový princíp*. Nitra: FF UKF 1997. ISBN 80-8050-115-7.

Príspevok vznikol ako súčasť grantového projektu VEGA č. 2/6043/26.

prof. PhDr. Erich Mistrík, CSc.
Katedra etickej a občianskej výchovy PdF UK
Račianska 59
813 34 Bratislava 1
SR