

the-ghostbusters-nostalgia-crisis-36904 (Utolsó letöltés: 2016. január 20.)

53. Vö. Ben Child, *Who I Gotta Call to Stop the Ghostbusters Universe Expanding?*, The Guardian, 2015. március 13. <http://www.theguardian.com/film/2015/mar/13/ghostbusters-universe-star-wars> (Utolsó letöltés: 2016. január 20.)

54. Vö. Simon Brew, *The New Ghostbusters, Internet Comments & Ruined Childhood*, Den of Geek 2015. február 2. <http://www.denofgeek.com/movies/ghostbusters/33890/the-new-ghostbusters-internet-comments-and-ruined-childhoods> (Utolsó letöltés: 2016. január 20.)

55. L. Rob Bricken, *Dan Aykroyd Wants Ghostbusters to Be the Next Marvel Cinematic Universe*, io9 2014. szeptember 17. <http://io9.com/dan-aykroyd-wants-ghostbusters-to-be-the-next-marvel-ci-1635876368> (Utolsó letöltés: 2016. január 20.)

56. Vö. *Drew McWeeny*, *Now That They've Found the New 'Ghostbusters,' What Should Audiences Expect?* HitFix, 2015. január 27. <http://www.hitfix.com/motion-captured/now-that-theyve-found-the-new-ghostbusters-what-should-audiences-expect> (Utolsó letöltés: 2016. január 20.)

57. Vö. David Gonzales, *Can 'Ghostbusters' Use the Marvel Franchising Model?* Forbes, 2014. szeptember 19. <http://www.forbes.com/sites/davegonzales/2014/09/19/can-ghostbusters-use-the-marvel-franchising-model/> (Utolsó letöltés: 2016. január 20.)

58. Ehhez l. Anita Elberse, *Should You Invest in the Long Tail?* Harvard Business Review 2008/7–8. <https://hbr.org/2008/07/should-you-invest-in-the-long-tail> (Utolsó letöltés: 2016. január 20.); illetve Chris Anderson, *Debating the Long Tail*, Harvard Business Review, 2008. június 27. <https://hbr.org/2008/06/debating-the-long-tail> (Utolsó letöltés: 2016. január 20.)

KESZEG ANNA

## Az (új)autenticizmus a kortárs kultúriparban

LENA DUNHAM CSAJOK CÍMŰ SOROZATÁRÓL

„Dolgoznom kell, aztán van ez a vacsora-dolog, aztán lefoglal, hogy az legyenek, aki vagyok.”<sup>1</sup>  
(*Csajok*, 1. évad, 2. rész)

Az autentikusság problémája a kortárs kultúripar egyik legfontosabb komponense. Karrierrek, márkák épülnek és buknak e kritériumra/on, s az önazonos, sajátyszerű, autonóm élet igénye ott van az egyéni ambíciók csúcsán. Be kell azonban látnunk, hogy a fogalom képlékeny, körvonalazatlan és jogosan gyanús. A következőkben arra a kérdésre keresem a választ, hogy a kortárs kultúripar milyen értelemben használja az autentikusság kritériumát, hogyan tud ez a fogalom alkotások horizontjába bekerülni, illetve hogyan képes az univerzumformálás alapelveként működni s az egyes alkotások megítélésének központi kritériuma lenni. E fogalmat egy olyan hibrid jelenségcsoporton vizsgálom, mely egy szerzői névhez, Lena Dunhaméhoz kapcsolódik, aki filmrendezőként, színészként és íróként a kortárs globális kultúripar megosztó jelensége. Dunham több rövidfilm, egy 2010-es mozi-film (*Tiny Furniture*), egy többször is díjazott sorozat (jelenleg az 5. évada ért véget és még egy utolsóra szerződtek a gyártók<sup>2</sup>), egy 2014-ben megjelent könyv<sup>3</sup> szerzője, illetve legutóbb tartalomszolgáltatóként kezd fellépni, amikor Jennifer Konnerrel közösen a *Lenny* feminista véleményportált, illetve a *Women of the Hour* podcast-sorozatot indította útjára. E sokféle tartalomtípusból álló konglome-

rátumot éppen az tartja egyben, hogy mindenik eleme bevallottan autobiografikus ihletésű. Mindenkinek köze van a „*lenadunbamséghez*”. S bár az sem volna mellesleges kérdés, hogy ez a hibrid és univerzális tartalomszolgáltató modell milyen előzményekkel, médiaháttérrel, becsatornázási lehetőségekkel rendelkezik, itt számomra úgy válik érdekessé mint az autentikusság kortárs fogalmának vizsgálatára különösen alkalmas táptalaj. Tudatában vagyok annak, hogy e jelenségnek sok sajátos vonatkozása van (New York-i művészcsaládban felnőtt alkotó az átlagosnál jóval előnyösebb anyagi háttérrel, olyan társadalmi kapcsolathálóval, mely a hollywoodi filmes világba is belépőt biztosított, de egy független filmes közeg perspektíváját, mintáit is örökségként képes felmutatni), az autentikusság-paradoxonhoz való viszonyában azonban példaszzerű. Az autentikusság-paradoxon alatt azt az összefüggést értem, mely az élet egyetlen emberre jellemző sajátos képletét folyamatosan a mainstreammel ütközteti, a „másoknak alkalmas”, a „másokhoz képest” horizontjába helyezi.

#### *Carrie Bradshaw másfél millió ember előtt?*

A legfontosabb tényezője a mainstreamhez való igazodásnak a sorozat keletkezési háttere. Lena Dunham 2012-ben indult sorozata, a *Csajok* a kilencvenes évek négy nőkarakterre alapozó kultikus sorozatát, a *Szex és New Yorkot*<sup>4</sup> tudatosan idézi meg. Majd átírja a digitális bennszülöttek generációjára. Igaz ugyan, hogy a *Csajok* viszonya egy nemzedékkel korábbi előképéhez kritikus, s talán többet örököl Woody Allentől, illetve a *Seinfeld* című sorozattól,<sup>5</sup> mint a Darren Star és Michael Patrick King ellentétes koncepciói alapján alakuló *Szex és New Yorktól*, a leszámításra kerülő beszélő. Dunham arra kíváncsi, mi történik azokkal a húszas éveikben járó lányokkal, akik elhitték, New Yorkban lehet olyan életet élni, mint a Carrie Bradshawé. Amennyiben nem sikerül nekik, természetesen csakis saját magukat hibáztatják. S ha a *Szex és New Yorkot* a narcisztikus individualizmus kultikus sorozatának tekintették,<sup>6</sup> a *Csajok* az individualizmus aktualizált diagnózisait nyújtja. A *Szex és New York*hoz képesti meghatározódást most jellemezzük azzal, ahogyan a korábbi sorozat szlogenjét a *Csajok* kifordítja: az első esetben e szlogen így hangzott: „Carrie Bradshaw tudja, milyen a jó szex, vagy nem fél megkérdezni”, itt meg „Hannah Horvath tudja, milyen a rossz szex, vagy nem fél megkérdezni.”<sup>7</sup> A szójáték adja magát: jól érzékelteti, hogy ezzel az egyszerű szöccserével magunk mögött hagyjuk az ideált, s lesz helyette tapasztalat, kíváncsiság ott, ahol nincs ambíció és elvárás. És ez a kulcsfontosságú kérdés itt: hogyan tud a felnőtt életbe beleszokni egy olyan generáció, melyet kisgyerekkorától kezdve folyamatosan a saját hang, a saját hiteles életgyakorlat megtalálására serkentettek, s ezzel még csak annak a bizonyosságát is elvesztette, hogy ugyanabban keresi-e a hitelességet, mint szülei. Ezért lesz e sorozat egzisztencialista sok értelmezésben<sup>8</sup> – az „élet nagy dolgairól” szól: életről, halálról, szerelemről, munkáról, azokról a komponensekről, melyekről jól tudjuk, hogy nem opcionálisak.<sup>9</sup> A sorozatból és Dunham könyvéből éppen az látszik, hogy e generációs szemléletű alkotásokban a mindenben az opciókhoz szokott generáció mennyire nehezen boldogul a nem opcionális dolgokkal, mennyire aggasztóan kell jelentést, értelmet keresnie bennük (vissza-

térve a kezdeti kifordításhoz: ahhoz, hogy az ember tudja, a jó szexre kell vágyani, a rossz szexen keresztül vezet az út). A Dunham-jelenség eddigi teljesítménye éppen az, hogy eljuttatja hőseit a felnőtté válás és a nem opcionális opciók élethelyzeteibe.

E szöveg megírása előtt néhány héttel ért véget a *Csajok* ötödik szezonja. Az utolsó részt a korábbi szezonzárónál is megnyugtatóbb *cliffhanger* zárta: egy prózaslam-bemutató után az átlagos és kiszámítható párkapcsolatát, anyai és baráti segítséget maga mögött hagyó központi karakter, Hannah Horvath, a Dunham alakította főhős magányosan szaladt bele a New York-i éjszakába – szorongások nélkül. Miközben az előző, érzelmi válságokat halmozó negyedik szezon végén a manhattani hőésésben Hannah a szezon közepe óta színen levő tanárkollégával sétált ki az évből meghitt egyetértésben, egymáshoz öltözötte. Praktikus UGG hócsizmáikkal ugyanazon az emblemikus flaszteren tapostak, melyen Carrie magassarkú meg számlálhatatlanul sokszor mentek végig. Az ötödik évad szisztematikusan dolgozott azon, hogy mindazt a megtalált egyensúlyt, melyet az előzőben bevezetett, lerombolja, s a romokból építsen törekeny, de tartósabb összhangot. Marnie-nak és Hannah-nak is sikerült kilépni a túlságosan komfortzónában levő párkapcsolatokból, Shoshanna pedig egy konzervatív-republikánus kávézó marketingeseként találta meg a siker forgatókönyvét. A legrosszabb helyen Jessát hagytuk, aki belebonyolódott legjobb barátjáné exével, Adammal egy olyan párkapcsolatba, mely a bántalmazásig vitte a feszültségkezelést. Ezzel már a második olyan évadzáróval búcsúzott a sorozat, mely meglehetősen egyértelműen rímelt Dunham könyvének, a *Nem az a csaj*nak a zárlatára: minden egzisztenciális válság ellenére a felnőtt létbe egyszer csak haza lehet találni – végleges megoldásnak tűnő hazatalálásból pedig több is jöhet egymás után, amíg rutinosak nem leszünk benne. Ezekre az egyensúlyteremtési kísérletekre a közösségi médiában is pozitívan reagáltak: a negyedik és ötödik szezon zárlatával kapcsolatban sokkal több volt a megnyugtató, elismerő komment, mint a korábbi szezonok, esetleg epizódok esetében bármikor. A felnőtté válás végletes idegensége ellenére képes létre jönni egy olyan morális minta, mellyel a társadalmi kötelezettségeket élhető és működőképes struktúrába lehet szervezni.

A *Csajok*nak a *Sex és New York* mellett egyébként hozzá hasonlóan van még egy ironikusan vállalt öröksége: a „generációja szócsöve”-hagyomány. Amikor a sorozat főhősétől szülei megvonják az anyagi támogatást, a krízist kezelni próbáló Hannah rövid ideig tartó anyagi önállósodási kísérletek után mondja szüleinek a sokat idézett mondatot: „Azt hiszem, generációm hangja lehetek – mondta. Vagy legalább hangja ... egy generációnak.”<sup>10</sup> Érdekes a mondat grammatikáját alaposan megfigyelni: a feltételes módú állítást egy, a generáció fogalmát bizonytalanná tevő, mindössze a határozatlan névelő használatában különböző mondat követi. És nem lenne generációs sorozat a *Girls*, ha generációjához való viszonyát a főszereplő nem így adná meg. Ebből a felvetésből következik egy módszertani probléma is: milyen generáció-meghatározást fogadhatunk el a sorozat szempontjából relevánsként? Tisztában kell lennünk azzal, hogy a népszerű X, Y, Z stb. megjelölések használata kockázatos és nem megbízható: egy operacionális meghatározást gyártottam tehát e közeg megnevezésére, s a generáció kifejezés egy olyan csoportra vonatkozik itt (pontos életkorától és születési évszámától függetlenül),

melynek a digitális élettér természetes, illetve az ebben való tájékozódást a hitelesség kritériuma teszi lehetővé. A meghatározás nyilvánvalóan extrapoláció, viszont éppen a sorozatgyártók fogalomhasználatából ered.

Mielőtt bármerre is elindulnánk e generáció autentikusság-tapasztalatának feltérképezésében, ki kell emelni egy evidenciát, melynek messzemenő következményei vannak: életüket teljesen más perspektívába helyezi az, hogy a nyilvánosság előtt zajlik. Az Instagram-sztárok hozzászoktak ahhoz, hogy hétköznapjaikkal több millió ember figyelmét kötik le, több millió ember elé kerülnek ki álomittas arccal, elcsúszott sminkkel vagy éppen smink nélkül, készülőképben levő sminkkel – mindez olyan új egzisztenciális nyilvánosság, melynek leírására éppen csak alakulnak a társadalomtudományok fogalmai. A mások előtt élt élet, a kikerülő tartalmak rendszerezése és kontrollja olyan tudás, mely nyilván formálódóban van, úgy tűnik azonban, megváltoztatja mindazt, amit a nyilvánosságról korábban gondoltunk. Gügész mítosza<sup>11</sup> aktuálisabb, mint bármikor: egy olyan kontextusban, amikor mindennek nyoma marad, amikor nincs olyan gyűrű, ami a rejtőzködést biztosíthatná, sőt, a jót és rosszat önmagunkról a nyilvánosság előtt tudatosan vállaljuk, az alakuló élet saját magával kapcsolatos elvárásai, ígéretei milyen eséllyel tudnak megerősödni?

#### *Légy önmagad! Az (új)autenticizmus morális kínálata*

A generációja nyilvánosság-mintáit követő Dunham, akinek két és félmillió követője van az Instagramon, nem véletlenül szembesít folyamatosan ugyanazzal a problémával: a felnőtt életre való berendezkedéssel történt valami, amit generációja nehezen tud feldolgozni. Miközben korábban költözik külön lakásba, mint ahogy szülei tették, korábban válik anyagilag önállóvá, s párkapcsolatait is korábban kezdi építeni, a morális értelemben vett felnőttiséget nem tudja működtetni. A bátran vállalt döntések, önállóan újrakezdett életek, látszólag meghaladott válságok után generációjának tagjai a tanácsadás szülői segélyvonalait tárcsázzák. Illetve a terapeutát, aki gyerekkoruk óta állandóan jelen van életükben. A felnőtt életbe való beleszokás alighanem azért messzemenően problémás e generációnak, mert arra, amit úgy hívunk, a társadalmi terhek viselése, nem talál alternatívát. Legalábbis a szülők érzelmi, morális segítségét nélkülözve nem. Vagyis autentikusan nem. Mintha nem szóltak volna neki arról, hogy ezekkel kötelező módon kezdeni kell valamit.

Az autentikusság nemcsak a személyes életgyakorlatok, hanem a szolgáltató szektorral, a politikusokkal, a márkákkal, a médiatermékekkel kapcsolatos legközmolyabb elvárásaink centrumában is ott van. Az autentikusság fogalmának kortárs teoretikusai Somogy Varga 2012-es összefoglalója szerint egyetértenek abban, hogy a kapitalizmus szerkezetében eleve kódolva vannak az autentikusság morális kínálatának lehetőségei, illetve kódolva van az a paradoxon is, mely szerint éppen e rendszer elvárásai teszik nehezen megvalósíthatóvá az autentikusság etikai modelljét.<sup>12</sup> Rachel Crossley is hasonló, bár kevésbé absztrakt válaszra jut, amikor abból indul ki, képesek-e a Z generáció tagjai (jelesül a *Csajok* főszereplői) autentikus életelveik megtalálására, amikor vágyaikat éppen azok az anyagi javak kondicionálják, melyeket az önmagukról való lemondás árán betöltött állásokkal szerezhetnek meg.<sup>13</sup>

Ha e fogalommal dűlőre akarunk jutni, érdemes azt is felidézni, hogy a kilencvenes évek kontextusában Charles Taylor már diagnosztizálta az autenticizmus modelljét.<sup>14</sup> Ráadásul úgy, hogy a nárcizmus ellenében a posztmodern individualizmus paradigmájának tekintette. Úgy tűnik, a 2010-es években nemcsak a kilencvenes évek vizuális kultúrája, formavilága, trendjei térnek vissza, hanem a húsz évvel korábbi mentalitás is. Csak éppen komoly különbségekkel. E különbségek térképét állítsuk most úgy össze, hogy vegyük végig azokat az elemeket, melyeket a szakirodalom az autenticusság forrásainak vesz. E kérdés Charles Taylor monográfiájából indul ki, s nála ezek a tényezők vannak: a belső hang,<sup>15</sup> a morális döntés belső képessége (1), illetve az önbeteljesítő szabadság,<sup>16</sup> az a képességünk, hogy olyan életstratégiát dolgozzunk ki, melynek vágyösszefüggése önmagunkban van (2). E kettő közötti összefüggés adja az önmagammal szembeni őszinteség, az autenticusság képletét.<sup>17</sup> A belső hang jelzi saját egyéni szabadság-összefüggésemhez való hűségem, illetve figyelmeztet (kinél korábban, kinél később), ha e hűség ellen teszek. Azt nevezük *fake*-nek, hamisnak, falsnak, aki nem hű ehhez a szabadság-összefüggéshez.

Két forrásom van arra, hogy a későmodernitás szerzői hogyan értelmezik át az autenticusság taylori modelljét. Somogy Varga szerint a filozófiai értelemben vett autenticusság két fontos forrásból táplálkozik: az *őszinteség* és az *önállóság*, amennyiben e két feltétel teljesül, az autenticusság morális programja képes beváltani ígéretét, s e program – mint annyi egyéb modernitásbeli fogalom – visszamegy a felvilágosodásra, hova máshova.<sup>18</sup> E két fogalom valójában szinte ugyanaz, mint Taylornál, ami változik, az az őszinteség hangsúlyozása. Az őszinteség nem más, mint a belső hang és az önbeteljesítő szabadság folyamatos konfrontálása. A második forráscsoportot kölcsönözzük egy radikálisan más területtől, s lássuk a márkákkal szemben támasztott autenticusságigény eredőit. Itt nem két, hanem három eleme van az autenticusságnak: a minőségi vezetés (*quality leadership*), az örökség (*heritage*), az utolsó pedig érdekes és nem meglepő módon ugyanaz, mint fent: az őszinteség (*sincerity*).<sup>19</sup> Ez az őszinteség a márkák esetében a minőségi vezetés és örökség ígéreteinek a fogyasztói tapasztalatokkal való összemérése, s ha egy márka ebből a szembesítésből rosszul kerül ki (*fake* – de itt nem másolatként, hanem a saját örökségéhez, vezetői ambícióihoz és ígéretéhez képest), akkor gyakorlatilag addig stagnál, míg egy olyan új minőségi vezetés érkezik, mely az örökséget ismét meggyőzően képes artikulálni. Amennyiben ilyen vezető nem érkezik, a márka nem képes az autenticusság elvárásának eleget tenni.

Nézzük meg most ezt az öt összetevőt a *Csajok* és a *Nem olyan lány* kontextusában. Az életvezetés szintjén a sorozat négy nőkaraktere közül Marnie esetében érvényesül legkevésbé az őszinteség és önazonosság kritériumainak betartása. Ahogyan Rachel Crossely meg is állapítja, Marnie ambíciói állnak a legközelebb ahhoz, amit társadalmi elvárásnak szoktunk nevezni:<sup>20</sup> befolyásos állást, majd kariert akar, stabil és anyagilag sokat hozó párkapcsolatot, s ezért esik vissza a sorozatban folyamatosan a kilátástalanság fázisaiba. Viszont ebben az őszinteség-munkában a belső hangja csak ritkán segít (azok hátránya, akiknek a belső hangját elnyomja a külső zaj, azokkal szemben, akiknek hangos, vagy éppen túlságosan is harsány a belső hangjuk), ott van viszont Ray, az a karakter, aki hajlandó folyama-

tosan Marnie belső hangját hangszóróként felerősíteni. A zenét mint saját utat Marnie Ray miatt találja meg, viszont erről az útról ismét könnyen téved nem saját ösvényre, mert túl könnyen hisz el egy boldogság-ígéretet, s akkor ismét Ray állítja vissza az útra. Mintha a rendező azzal büntetné a karaktert, hogy nincs számára kegyelem addig, amíg erre a saját útra rá nem áll. Úgy tűnik, ez az ötödik évad végén bekövetkezik. Jessa nagyon stabilan áll ezen a saját úton, és kerülnek mellé olyanok, akik tőle akarnak megtanulni saját utat járni, s olyanok, akiknek szintén van saját útjuk, csak az éppen máshova vezet. Azok a karakterek, akiket Jessa bevonz, mind ebben az autentikusságban erősek, másokhoz és önmagukhoz is őszinték – időnként akár karikatúrisztikusan és szükségtelenül is. Ez a karakter nem szenved. S ha időnként szüksége van másokra, az nem azért történik, mert valakinek segítenie kellene abban, hogy belső hangját meghallja. Hanem amiatt, mert a belső hang sokfélét mond. S mert a társadalmi terhek viselésében tapasztalt nehézségeinket másokkal meg kell osztanunk. Ezért egzisztencialista.<sup>21</sup> Jessa és Marnie tehát e rendszer két végpontján állnak autentikusságukhoz való viszonyukban. Az autentikusság skáláján Shoshanna és Hannah ugyanolyan szinten állnak azzal a különbséggel, hogy Hannah-nak nehezebben látható útja van. Lena Dunham jól érzékeli, ha az egyéni utad a marketinges karriermintán keresztül vezet, arra kevesebb vívódással állsz majd rá, mint ha ez az út – tegyük fel – az írószágon át vezet önmagadhoz. Shoshanna tanul és rendszerez, következetesen állásinterjúkra jár, ahonnan mindig a felkészült pályakezdő öntudatával távozik. Hannah folyamatosan újrakezd, kényszeredetten keresi az elismerést hozó közönséget, ugyanolyan komolyan veszi a jó és a kevésbé jó tanácsot, s amikor a saját hangjához való hűség biztonsága csökken, talál valamit a tanári pályában, ami segítségére lehet. Mindkettejükben közös, hogy viszonylag jól képesek a sorozatos kudarcot komfortzónaként kezelni.

Az örökség, minőségi vezetés és őszinteség hármasa más karakterekhez való viszonyukban segíti a hősokeket. Valószínűleg éppen a minőségi vezetésbe vetett hit megingása adja Hannah esetében a döntés kulcsát: Adamhez nem érdemes visszatérni. Illetve visszatérés e generáció tagjainál nincs: olyan ez, mint az elvesztett márkahűség. Ha a hétköznapi tapasztalat nem igazolja az örökség és minőségi vezetés támasztotta elvárásokat, a *hamisság (fake-ség)* érzése annyira erős lesz, hogy az együttélés, a másikba vetett bizalom folyamatosan a saját útról való letérés érzésével szembesít. És ebben van végletesen túl ez a sorozat a *Szex és New Yorkon*, mely a sorozatos visszatérést és a megcsalás utáni újrakezdést is legitimálta.<sup>22</sup> Mert érveket kellett keresnie a házasság mint lehetőség mellett. És ne feledjük, a két sorozat hőseit nemcsak egy generáció választja el egymástól, hanem az is, hogy a harmincas éveiket taposó Bradshaw-ék, illetve a húszas éveikben járó Horvath-ék mégiscsak más életstádiumokban vannak. Bradshaw húszas éveiről csak annyit tudunk, hogy azalatt igaz szerelmet nem, mindössze sorozatos románcos tévedéseket ismert.<sup>23</sup> Na, de mi van akkor, amikor húszévesen mégiscsak szerelem a szerelem. Vagy ha a húszévesen érzett szerelem is szerelem. Merthogy az.

Ezekhez a komponensekhez érdemes hozzáadnunk egy ötödiket – ez pedig a „nem olyan, mint más” komponense. Azt az érzést tehát, amellyel a *Csajok* szereplői folyamatosan megküzdének: azaz az irigység és az abból építkező önmagaságtudat problémáját. A „nem olyan lány”-érzését. Érdekes módon ezzel az opcióval, a nem-autentikus autentikusság-teremtő képességével egyik teoretikus sem kez-



dett sokat. S talán ebben a másik minden korábbinál erősebb láthatósága lehet a kulcs. Az első szezon kilencedik részében (*Leave me Alone*) Hannah egy diákkori, szintén írónak készülő osztálytársa könyvbemutatójának mondén eseményén van együtt a négy lány, aki abból az élményből írt könyvet, hogy barátja meghalt. Hannah irigyli a tapasztalatot, mely ilyen fiatalon ilyen evidensen használható írói élményt szolgáltat. A sorozatban először küzd meg az irigységgel, s majd amikor Adam egy szintén művész-ambíciójú lány miatt hagyja ott, megtanul együtt élni ezzel az érzéssel s a saját utat ettől az élménytől függetlenül, illetve ehhez kapcsolatosan építeni. Mert az is *hamis* lenne, ha ennek a tapasztalatnak a valóságát tagadná. Az irigység és a kegyetlen kritika a négy lány baráti kapcsolatait sem hagyja érintetlenül. Ebben is más korábbi elődjéhez képest. Mert az autentikusság képletéhez visszatérve: lehetünk-e valaha is biztosak abban, hogy éppen ők azok? S a *Csajok*-ban dramaturgiaiilag az is mindig ott van, hogy a négyes barátnőszám konvencionális szám, esetleges, nincs olyan szükségszerű-jellege, mint a *Szex és New York*-ban.

Az irigységben megmutatkozó hiány tulajdonképpen a tapasztalatok és a tudás hiányára, illetve e hiány mindennél idegesítőbb voltára vezethető vissza. Számomra az autentikusság-paradoxon e sorozatban és – általánosítva – e generáció esetében a *szofomorikus* világértelmezésre vezethető vissza. Ezzel a kifejezéssel egy új terminust vezetek be, magyarul ez a szó nem létezik. A *sophomore* görög gyökre visszamenő angol kifejezés azt a középiskolást vagy egyetemi tanulmányai elején járót jelenti, aki sikerrel vészelté át a gölyóság próbatételeit. A felsőbb évek, az idősebbek, a felnőttek tudása, tapasztalatai iránti vágy tipikusan szofomorikus vágy, a sem itt, sem ott nem levő vágya. Az amerikai televíziózás történetében pedig *sophomoric humor* kifejezéssel illetik a humornak azt a fajtáját, melyben a felnőtt tapasztalattal nem rendelkező gyerek minősíti a felnőttvilág dolgait, összefüggéseit. E humorformának pedig az a Judd Apatow a legelismertebb művelője, aki éppen a *Csajok* producere.<sup>24</sup> És ezzel el is érkeztünk a második egység konklúziójához: a *Csajok* autentikussága szofomorikus perspektívájában van. Abban a tapasztalatirigységben, s abban a tudatlanságban, mellyel az élet nagy dolgaira, a fentebb nem opcionálisnak nevezett opciókra tekint.

A halál külön részfejezet a *Nem olyan csaj*-ban, s ugyanaz a halálélmény, a nagymama haláláé a sorozatban is jelen van. A szerző két személyes halálélménye, a nagyszülői, illetve a Nora Ephron halálával megtapasztalt írói és szerkesztői egyaránt beépül a sorozatba, ez utóbbi a könyvből hiányzik. E két élmény feldolgozása radikálisan másként történik meg. A nagymamáé a gyász munka elvégzését jelenti: a szülők pragmatikus hozzáállását rosszálló, a haláltapasztalatot egészen megélni akaró szofomorikus gyermeki attitűd olyan eszközökkel végzi el a gyászmunkát, melyeket egy nem-gyermeki perspektíva morbidként sorol be. A családi emlékezet szerint a kis Lena a nagymama testápolóját kente magára, magával vitte Pucci szövetét, és egy ideig azt viselte. Folyamatosan a „tegnap még itt volt – ma már nincs itt” problémával szembesítette a felnőtteket, csodálkozva nézte, ahogyan a nagymama hűtőszekrénye még tele van a halál előtt gondosan megvásárolt élelmiszerekkel. Szofomorikus kérdés: hogyan lehet halott valaki, akinek a reggelije még itt van? Nagybátyja már arra figyelmeztette apját, hogy a gyereket le kell állítani. A problémászerkezetek szintjén a nagymama halála iránti érdeklődés a saját

halálhoz való viszonyban érthető meg. A *Nem olyan lány* halálnak szentelt fejezete ahhoz az emlékképhez kapcsolódik, mely szerint Lena hatéves korában kérdezte először apját arról, mért élnek az emberek, ha tudják, hogy egy napon úgyis meghalnak. A nagyszülő halála ennek a kérdésnek a feldolgozásában segít a gyász improvizált eszközeivel. A szofomorikus perspektívára erősítenek rá a halottak tárgyait ábrázoló grafikák, melyek e tárgyakat a halál folyamatos jelenlétének markereivé teszik. A szerkesztő-kiadó halála, mely mindössze a sorozatban van ott, mondané esemény, mellyel a főszereplő nehezen tud azonosulni. A temetés valódi tétje, hogy az özvegynek köszönhetően kiderül, mi volt a szerkesztő véleménye az általa kiadott íróról. Itt meg a vélemény áll a tárgy helyett. Számít-e még annak a rólunk alkotott véleménye, aki halott?

Még egy utolsó példa a szofomorikus világérzékelés működésére: a *Munka* című alegység azzal kezdődik, mekkora erőfeszítés volt megszokni az óvodát, kibírni az iskolai táborokat. S ennek már közvetlen következménye az, hogy az első komoly, reklámszövegírói állást Hannah Horvath nagyon könnyen utasítja vissza, amint rájön, az összes fiatal kollégája néhány évvel korábban hozzá hasonlóan írói ambícióit adta fel miatta.

#### *Szofomorikus öltözet – autentikus öltözet?*

Az autentikusság-paradoxon és a szofomorikus perspektíva működését nézzük meg ezúttal a ruhához való viszony sorozatbeli szerepében. Arra, hogy miért pont ezen a jelenségen érdemes kipróbálni a fenti elvet, Zygmunt Bauman *liquid modernity/folyékony modernitás*-fogalma ad választ. Az ő leírásában az öltözet, a divat, a vásárlás azért lesz nagyon is kézhez álló a kilencvenes évek végének, kétezres évek elejének individuumainál, mert elrejtje előlük az identitás hiányát. 2000-es kötetének vásárlás és individualizmus összefüggéseiről írott fejezete<sup>25</sup> Camus-nek abból a kijelentéséből indul ki, hogy a modernitás individuumai sosem képesek beérni vágyaikat, s folyamatosan kielégületlenül tolják maguk előtt ambícióik képeit. Képeket, mi mást. Úgy tűnik, hogy az ambíciók képeinek nem-valóság volta a modernitást követő korszakokban csak egyre nagyobb probléma lesz. Bauman szerint a folyékony modernitás generációja éppen amiatt vásárol, mert a vásárlás élménye az identitás megragadhatóságának érzetét kelti, mialatt természetesen e gyorsan cserélődő, a megszerzés pillanatában tökéletesnek látszó opciók csak egyre messzebb tolják azt, amiért megvásároljuk őket: sajátlagosságunkat. A magam részéről nem vagyok teljesen meggyőződve arról, hogy Baumannak teljes mértékig igaza lenne. Hiszen Charles Taylor éppen arról beszél, hogy ez a bizonytalanság és a keresés nem ebben az eltolásban merül ki, hanem egy új morális kínálat, az önmagunkhoz való hűség, önmagunkkal szembeni őszinteség ideáljában.<sup>26</sup> Az autentikusságnak. Messzemenően szimbolikusnak érzem, hogy ugyanaz a jelenség radikálisan eltérő diagnózisok megfogalmazásához vezet, mert ez számunkra azt bizonyítja, hogy e jelenségek értelmezése – és most nem trivializálom – jóindulat kérdése. De pontosítsam csak ezt a szót: itt a jóindulat a filozófiai érvkészlet előzményeire, az érvek hangsúlyaira, az egyes szerzők kontextualizációs szokásaira vonatkozik. Abban viszont biztos vagyok, hogy a *Csajok* viszonya a ruhához teljesen más, mint



problémásan vállalt elődjéé. Bár a lányok, talán Jessa kivételével, mindannyian kísérleteznek a társadalmi státuszt tükröző öltözetek adoptálásával, ebben valahogy nem sikeresek. Shoshanna például elképedve láttamozza, hogy ruhatára legfejlettebb kollekciója a hajpánt-gyűjtemény. Ennek a viszonyoknak két nullpontja is van.

Az első szezon nyolcadik részében, melynek címe *Weirdos need Girlfriends Too*,<sup>27</sup> megjelenik a divat rendszeréhez való viszony szofomorikus gesztusa. Hannah Horvath és az instabilan stabilnak induló Adam Sackler viszonya e rész környékén jut el a meghittség olyan vizuális meghatározásaihoz, melyeket később sosem fog tudni megismételni. Az olyan tökéletes párok biztonsága ez, akiket a munka még nem tett próbára. Ebben a részben – amennyire sejteni lehet Adam ötletét követve – egy olyan pizsamát viselnek mindketten, mely egy teljesen testszínű trikóból készült elől gombos kezestábas, a bébik rugdalózója mintájára, mely Adam szerint beteljesíti a szexuálisan vonzó öltözet fogalmát. Ennek az öltözetnek nincs színe (vagyis a lehető legsemlegesebb színe van, bőrszínű), nincs formája (teljesen követi a test vonalait), majdhogynem praktikuma sincs, s tagadja a divat trendfejlődésének logikáját. A gondolat a *Seinfeld* sorozat második szezonjában,<sup>28</sup> a főszereplő egyik stand-up jelenetében már ott volt: a divat kényszerítő ereje ellen Jerry Seinfeld javaslata az lenne, hogy járjunk el úgy, mint a filmekbeli úrlények, akik egyforma öltözetet viselnek. A formaruhák között pedig demokratikus szavazással lehetne dönteni. Ez az öltözet nem a falanszter egyenruhája, hanem az öltözködés logikáját értetlenül szemlélő gyereké. Hogyan mentek egyáltalán bele okos felnőttekből álló társadalmak, hogy ennyi felesleges energiát és pénzt fektessenek be a lehető leghiábavalóbb, hiszen a lehető leggyorsabban elavuló kellékbe?

A divatrendszer másik nullpontjában ott van az az ugyanannyira jelentés nélküli ruha, melyet Hannah akkor vásárol meg, amikor reklámszövegíróként megkapja első fizetését. Ekkor és egyedül ekkor kapja meg a *Csajok a Szex és New York* csillogását. A manhattani napsütésben sétálni kövér bankszámlával egyenes módon vezet a divatrendszer elfogadásához. Hogy aztán a következő részben következzék a felmondás. Ha Jerry Seinfeldet emlegettük korábban, ugyanabból a részből idekívánkozik a hasonló perspektíva. Az új bőrdzsekit viselő főhóst szomszédja így dicséri meg választásáért: „*That's more you than you've ever been*” (ami hozzávetőlegesen annyit tesz: „*Ez sokkal inkább te, mint amennyire te valaha az voltál.*”). Éppen az a baj a felnőttek ruháival: sokkal inkább önmagad vagy benőd, mint amennyire valaha is önmagad lehetnél. Ezért nehéz kiválasztani, mérlegelni, hordani és elhordani a ruhákat. Ezért maradnak a klasszikus választások: a neonsárga, melltartó nélkül viselt hálólblúz, a rendezett sorokban álló zöld gyíkfigurákkal díszített póló, az egymásnak visszaköszönő ruhadarabok, melyek a sorozat különböző pontjain más-más szereplő választásai között térnek vissza.

Hogy az élet-könyv-sorozat konglomerátumot teljessé tegyem, még egy példát idézek itt arra, hogy Lena Dunham nyilvános éneje ugyancsak szolgált példát a divatrendszer szofomorikus használatára. A 2015-ös Golden Globe délutánján az Instagramon olyan képet posztolt magáról, ahol még szabadidőruhában volt, de már viselte a nagyestélyihez szükséges mellbimbótapaszt.<sup>29</sup> Mert mi a *white tie*, ha nem a felnőttek öltözködésének legszükségtelebb és legnevetesebb rituáléja? A 2016-os Met Gálán pedig, ahol a jövő inspirálta öltözék volt a party hívószava,

Dunham Jenni Konnerrel és Jenna Lyons-szal szmokingban jelentek meg – Yves Saint Laurent örökségére és a férfikódokat adoptáló nőmodell futurizmusára utalva.<sup>30</sup> Itt meg a férfiak *white tie* dress code-ja került régi-új kontextusba.

Ahogy a gardróboptimalizálás végbemegy, úgy lesznek egyre autentikusabbak a nem opcionális opciók is. A felnőtt életnek a metaforája az UGG – ráadásul a párban viselt változat, majd a vörös előadói rúzs vörös körömlakkal.

A szofomorikus tradíció Woody Allentől Lena Dunhamig következetesen épül. Dunham azonban e perspektívát nem váltotta fel az írószerep aprópénzére, ahogyan azt Woody Allen olyan sokszor tette (lásd például az 1997-es *Agyament Harry*<sup>31</sup>). Nem tehetette, mert a világról való gyerektudása nem csak a sajátja, hanem többen osztoznak rajta. És ők nem lehetnek mind írók. Mint ahogy tanárok sem. Ez lett ugyanis a negyedik szezon végére véglegesnek látszó állás. S hogy éppen ez, abban igen jó kis tanulság van: a szofomorikus perspektívával gyermekek, legalábbis Hannah-nál fiatalabb golyák közé menni abszolút nem veszélytelen. Kiderülhet például, hogy bizonyos kérdésekben előtte járnak, hogy nem saját kútfóból ugyan, de többet tudnak barátságáról, szerelemről, családi konfliktusokról.

Ugyanolyan autentikus-e, ugyanolyan jó-e az ő tudásuk? Míg Hannah velük konfrontálódott a negyedik és ötödik szezonban, az írói szerephez való visszatérés az ötödik évad végén arra utal, hogy a tanárként megszerzett autentikusság-mintát próbára kell tenni az irodalomban is.

Ezt az elemzést a sorozatról és a könyvről szóló kritikák módszeres diskurzuselemzésével kellene kiegészíteni. Így jól látszana, hogy a megélt élethez, a tapasztalathoz való hozzámérés komoly kritériuma az ítéletmondásnak. Az autentikusságnak itt is az őszinteség és annak számonkérése a mértékegysége. Ez viszont egy következő feladat.

## JEGYZETEK

1. „I have work, then this dinner thing, then I am busy trying to become who I am.”
2. Lena Dunham, *Girls* 1–5, 2012–2016.
3. Lena Dunham, *Not That Kind of Girl*, Random House, 2014; Lena Dunham, *Nem olyan csaj*, ford. Tamás-Balha M. Etelka, Libri, Budapest, 2015.
4. Darren Star, *Sex and the City* 1–6, 1998–2004.
5. Larry David – Jerry Seinfeld, *Seinfeld* 1–9, 1989–1998.
6. Lásd többek között Kim Akass – Janet McCabe, *Reading Sex and the City*, I. B. Tauris, 2004. 12–40.
7. A szlogen a *Szex és New York* sorozat főcímében jelenik meg egy autóbusz oldalára írva, a *Csajok* kapszán pedig fórumbejegyzésekben tűnik fel.
8. Ld. pl. Chelsi Barnard Archibald, *Jessa the Existentialist = Girls and Philosophy*, szerk. Richard Greene – Rachel Robinson-Greene, Open Court, Chicago, 2015, 61–73.
9. Dunham könyvének alfejezetei rendre: Szerelem&Szex; Test; Barátság; Munka; A Nagy Összefüggés.
10. „I think that I may be the voice of my generation – she said. Or at least a voice ... of a generation.” *Girls* I. évad, I. epizód, *Pilot*.
11. A láthatatlanságok biztosító gyűrűt birtokló király mítoszát Platón *Az állam* című dialógusa alapján hivatkozom. Platón, *Az állam*, ford. János György, Második könyv, <http://mek.niif.hu/03600/03629/03629.htm> (utolsó elérés 2016. 03. 30.)
12. Somogy Varga, *Authenticity as an Ethical Ideal*, Routledge, London – New York, 2011, 127.
13. Rachel Crossley, *Can Millennials Be Authentic? = Girls and Philosophy*, szerk. Richard Greene – Rachel Robinson-Greene, Open Court, Chicago, 2015, 85–95, 92.
14. Charles Taylor, *The Ethics of Authenticity*, Harvard University Press, Cambridge – London, 1991.

15. *Uo.*, 26.
16. *Uo.*, 27.
17. *Uo.*, 28.
18. Varga, *i. m.*, 13–34.
19. Michael B. Breverland, *Building Brand Authenticity*, Palgrave Macmillan, 2009, 26–27.
20. Crossley, *i. m.*, 88.
21. Archibald, *i. m.*

22. Ebben a tekintetben Darren Starrnak az a 2016-os állítása, hogy ő más, Carrie-t nem Mr. Big karjaiba eljuttató zárlatot szánt volna a sorozatnak, nagyon elgondolkodtató és kiélezi azt az ellentétet, melyet a Darren Starr és a Michael Patrik King koncepcói között van. Lily Karlin, „*Sex And The City*” Creator Darren Starr Didn’t Want Carrie To End Up With Big. *The show ultimately betrayed what it was about*, Huffington Post 2016. 01. 16, [http://www.huffingtonpost.com/entry/sex-and-the-city-creator-carrie-big\\_us\\_569a6403e4b0778f46f98758](http://www.huffingtonpost.com/entry/sex-and-the-city-creator-carrie-big_us_569a6403e4b0778f46f98758) (utolsó elérés 2016. 03. 30).

23. Amy Harris *The Carrie Diaries* (Carrie naplója, 2013–2014) című sorozata olyan spin off, mely koncepciójában kevésbé radikálisan követi a *Szex és New Yorkot*, viszont éppen erre a hiányra mutat rá.

24. A szofomorikus humor ráadásul férfiakra jellemző, éppen emiatt is izgalmas ebben a feminista környezetben való megjelenése. A szofomorikus humorról maszkulinitáshoz való viszonyában lásd Amanda D. Lotz, *Cable Guys. Television and Masculinities in the 21st Century*, New York University Press, 2014, 19–52.

25. Zygmunt Bauman, *Liquid Modernity*, Polity Press, 2006, 53–91.

26. Taylor, *i. m.* 15–16.

27. Kb. „a különcöknek is kell barátnő”, a *weirdo* szlenges jelentését azonban a 'különc' nem adja vissza – vagyis ismét a *nemolyanság* egy motívumát tartalmazza, bár negatív sztereotípiával jellemzi e másságot.

28. David – Seinfeld, *i. m.*, *The Jacket*, II. évad, 3. rész.

29. Nate Jones: *Lena Dunham had the Best Time at the Golden Globes*, Vulture 2015 01. 12, <http://www.vulture.com/2015/01/lena-dunham-golden-globes-photos-taylor-swift.html> (utolsó elérés: 2016. 03. 30.).

30. Natasha Young: *Lena Dunham&Jenni Konner dressed up as Jenna Lyons for the Met Gala*. Refinery29 2016. 05. 02, <http://www.refinery29.com/2016/05/109804/lena-dunham-jenni-konner-jennalyons-met-gala> (utolsó elérés: 2016. 05. 03.).

31. Woody Allen, *Deconstructing Harry*, 1997.

