

## Az autó értelemváltásai

– kísérlet a sebesség tettenérésére –

Az autó mindennapos jelenlétével talán nem foglalkozunk eleget, nem teszünk fel bátor kérdéseket létére vonatkozóan, nem kérdőjelezzük meg négykerekű ideológiáját, nem gondolkodunk el elég gyakran a sebességalagutakban elmerülő tárgy mibenlétén. Pedig autó, az van. És egyre több van belőlük, valósággal belülről szétduzzasztják a városokat, főleg az európai és legalább százéves városokat, ugyanis ezek másfajta sebességkonceptióra (lovasszekerre, kocsira) épültek, és nem a ma már tömeges használati tárgynak számító autó által propagált sebességeszményre. Igaz, az elmúlt évszázadban a város és a sebesség is demokratizálódott, azaz egyre nagyobb tömegek számára vált elérhetővé és használhatóvá. Azonban mára már világos, hogy a sebesség helye nem geoszociális alakzat, nem a város, hanem a lakóhelyeken túli, irányító ikonokkal ellátott földi sivatagok, autópályák vagy a levegő vagy a megfoghatatlan semmi, a virtualitás. Ilyen szempontból akár azt is mondhatnánk, hogy város és autó inkompatibilisek, vagy ha engedékenyebbek akarunk lenni, város és autó csak egy alacsony sebességszint mellett viselik el egymást. Ez kölcsönös engedékenységet feltételez: az autónak bele kell törődnie a város frusztráló mozdulatlanságába (és hogy az autónak ezt nem könnyű elviselnie, bizonyítja az is, hogy városban több energiát, benzint fogyaszt), a városnak pedig bele kell törődnie az autók környezetszennyező jelenlétébe, és önmagát vigasztalando, határozatokat kell foganatosítania e mozgó járművek ellen. Az autók tehát városokban, emberek között is élnek, így elkerülhetetlen, hogy antropomorf vonásokkal ruházzák fel. Az autónak van lelke (motor), teste (alakja, formája), egyesek erősebbek, hűségesebbek, szebbek, jobbak, szenvedélyesebbek, mint a többiek. Sőt, az autónak állam-

polgársága, nemzeti tudata (Peugeot: franciásan könnyed), multi-kulturális faji eredete (Daewoo: olasz formatervezés, angol mérnöki munka, német technológia) és neme is van (Ford KA: nőies, csinos – az utóbbi három zárójel reklámszövegekből származik).

Már az előbbiekből is kitűnik, hogy az autónak többféle értelmezése lehetséges: mint sebesség, mint használati tárgy vagy akár mint hatalom. E három értelmezési mód nem zárja ki egymást, kölcsönös feltételezettségi viszony létezik közöttük. Az, hogy az autóban a sebességet lehet látni, talán a legegységesebb megközelítési mód, ám a sebesség itt olyan hatalomként tételeződik, amely tárgyi vonatkozásaiban is megragadható.

Az autó pusztán vezetése hatalmi gyakorlat, ugyanakkor gyermeki érzületeket, emlékeket idézhet fel. Alig kell tennem valamit, máris száguldok – ez olyan egyszerű dolog, olyan csábító, mint egy gyerek számára az előtte érintetlenül heverő játék. A gyerekek ugyanakkor szeretik, illetve a felnőtteknél jobban rácsodálkoznak az önműködő, látszólag külső beavatkozás nélkül elmozduló tárgyakra. Ezért (is) szeretnek például egy helyben körbeforogni, mert miután leállnak, a környezet önmagától forogni kezd, de ez a mozgás a saját akarat, a „hatalmam” eredménye. Az autó vezetése ilyen típusú élményeket idéz fel, és erre játszik rá a technikai fejlődés is: a külsejében leegyszerűsített, ám csábosabb, vonzó és csábító eszközök használata egyre inkább könnyebb lesz, kezelésük azt az illúziót táplálja, hogy a kockázat teljességgel felszámolódott. A sebesség, a minél nagyobb sebesség így a szabadság metaforájává válik, az autó pedig nemcsak használati tárgy, hanem élvezeti cikk is lesz. Autózni, sebességben lenni kalandot jelent, aventura-t, az ismeretlen eljövételét. Ez a kaland nagyon sokszor csak mint transzszexualitás jelenik meg, amely „közvetlenül a technikai tárggyal kerül kapcsolatba” (Virilio). A francia szerző *Az eltűnés esztétikája* című könyvében továbbá azt írja, hogy a „kocsi fejlődésében egyébként a szexuális fogat ábrázolásának sorát láthatjuk. Az ülés hasonló támaszt nyújt, mint a derék vagy a csípő köré fonódó kar, vagy gondoljunk az olyan találmányokra, mint a mozgó ülés (hordszék) és az első, guruló fotelre emlékeztető

autók (Ford, Daimler, Benz). Sokban hasonlít a kocsi belseje a hálófülkééhez, a kétszemélyes ágyhoz, vagy akár a találkahelyeken használatos rezgőágyhoz, amely a közösüléssel tett közös utazást is idézi”. Érdekes azonban, hogy az autó ugyanakkor nemcsak az előbbi jellegű kalandot sugallja, hanem a boldog családi együttlét tere is lehet. Ez olvasható ki nagyon sok autóreklámból, de ez van az amerikai mobile home-ok jelensége mögött is. A mai népvándorlások már autóval és a családdal közösen történnek. Autó: kaland és/vagy család, azaz a sebességben bármi megtörténhet, megérkezés és baleset is. Az autós baleset jelentéstartományát viszont kontinensek szerint árnyalni kell, figyelmeztet John Orr, egy, az autók jelenkori moziban történő reprezentációjával foglalkozó írásában. Szerinte mást jelent az autó Amerikában és mást jelent Európában, tehát a baleset, a rejtett technikák, rendszerek önfeltáró hirtelen megmutatkozása is másképpen értékelődik. Amerikában az autó többnyire a birtoklást és derülátást testesíti meg, míg Európában a múltékonyságot és sorscsapást egyesíti magában, ezért az előbbi esetben a baleset egyfajta akrobatikus látványosság, amely lassítja és késlelteti az utazást, az utóbbiban pedig olyan esemény, amely megállásra kényszerít és könnyen tragikus következményekkel jár.

Az autó sebesség, ám a sebesség létezése óta a hatalom tartozéka, a dicsőség jele. Gondoljunk csak a háború eszközeire vagy a sportteljesítményekre. A sebesség, mint hatalom szétterjedése a társadalomban új kommunikációs és közvetítő rendszereket hozott létre, amelyeknek két nem teljesen bevallott célja volt: egyrészt az új rendszerek kibővítése, szélesebb elfogadtatása, másrészt, a kellő szétterjedés után, mintegy szembeszegülve az addigi elfogadott rendszerekkel új sebességeket kreálni. Egy új kommunikációs rendszer hasznossága a többi használó számára minden egyes újabb használóval növekszik – állítja E. Rogers. Alkalmazva ezt a sebességre, kijelenthetjük, hogy egy sebesség tömegfogyasztás szempontjából akkor válik fontossá, ha mások is rendelkeznek olyan sebességgel, ha kialakul a fogyasztók sebességosztálya. Magányos sebesség talán nem is létezik. A sebesség elterjedése, nagyobb tömegek elcsábítása

sebesség által egy olyan hálóként képzelhető el, amelynek bizonyos részei feszesebbek, más részei viszont lazábbak, ám mégis képesek az együttrezdülésre. A sebesség termelése eleve összehasonlításra, irigységre épített: a kreált relatív sebességek istene az abszolút sebesség, a fénysebesség. A relatív sebességek összjátéka úgy lehetett eredményesebb, ha ebbe a rendszerbe („a sebesség nyelvjátékába”) minél több szereplő lépett be. A relatív sebességek interaktív versengéséből kibontakozott az abszolút sebességekhez vezető lehetőség, a sebességek rendszerének felgyorsulása. A relatív sebességek közti versengést legkönnyebben a haditechnikák fejlődésében figyelhetjük meg. A lovasság sebessége következtében felválthatta a gyalogságot, majd a lovakat a szárazföldi gépek, ezeket a légi (légi sebesség), ez utóbbiakat pedig a virtuális térből kifakadó abszolút sebesség. Látható, a technikai fejlődés a sebesség irányába mozdul el. Úgy tűnhet, hogy a sebességnek olyan médiumra van szüksége, amely mintegy használhatóvá teszi a földrajzi környezetet, vagy amely a sebesség támaszaként, terepeként értelmezhető. Ez azonban csak a relatív sebességekre érvényes, az abszolút sebességnek nincs szüksége földrajzi térben behatárolható területre, ez utóbbi valódi médiája a lehetséges, a virtualitás. Az egy időben több helyen való ottlevés technikai virtust, a tér virtualitását feltételezi. A virtuális valóság jelentéstartalmát (a virtuális szó történeti rétegeivel összhangban) legalább két szinten kell nyomon követni: mint technikai virtust és mint lehetőséget, képességet. A sebességbe foglalt autó egyrészt szintén technikai virtus terméke, másrészt pedig az időtől független máshol levés utópiáját próbálja megvalósítani. Nem véletlen, hogy az autót a gótikus katedrálisokhoz is szokták hasonlítani, hiszen ez utóbbiak is koruk hightech-jének számítottak, ahova az emberek valójában azért jártak, hogy ne legyenek ott, azaz transzcendens kaland által ismeretlen helyekre, u-toposzba, nem-helyre jussanak, hogy egy távoli másvilággal kommunikáljanak. Roland Barthes szintén a katedrálisokhoz hasonlította az autókat: „Úgy gondolom, hogy manapság a nagy gótikus katedrálisok meglehetősen pontos megfelelője az autó. Úgy értem: a korszak nagy alkotása, amelyet ismeret-

len művészek teremtettek alkotói lázban égve, fölhasználója az egész nemzet – ha nem a gyakorlatban, akkor nézelődve –, amely úgy fogyasztja az autót, mint egy tökéletesen mágikus tárgyat” (idézi Monika Sznajderman: A szép nők teológiája című tanulmányában).

A középkorban a katedrálisok a hatalomnak nemcsak szimbolikus terei voltak, a szó szoros értelmében ők uralták a toronyórák által az időt is, amelyhez szorosan társult az építmény testéből kiemelkedő bearanyozott kereszt vagy más vallási ikon. Az autó is egyféleképpen deszakralizált hatalom, uralja az időt (hiszen sebessége által uralja a távolságot, és ugyanakkor ma már megszokott „extrának” számít a beépített óra is), és rendelkezik valamilyen ikonnal (emlékével), tárgyba zárt egységességgel, amely hallgatagon erőt, hatalmat sugároz ki önmagából és így az általa képviselt autóból is. Az autó sebességben él, a levegővel történő eróziója során nehezen viseli el a testéből kiálló részeket, hiszen ezek a részek a sebesség rovására dolgoznak. A legtöbb autómárka jelvényét a sebesség oltárán feláldozták, és beleolvasztották a formába. Am éppen ezért sugallnak nagyobb erőt, hatalmat, isteni eredetet azok az autók, amelyeknek ikonja a sebesség ellenére kidomborodik a jármű testéből, mint például a Mercedes-csillag. Autó és katedrális közötti hasonlóságnak a sebesség kihangsúlyozása véget vet, ugyanis a katedrálisnak statikus sebessége, míg az autónak dinamikus sebessége van. A katedrális statikus sebessége alatt azt értem, hogy az épület úgy mozgatja meg az embereket (rituálisan és fizikailag is, hiszen a katedrálishoz el kell menni), hogy ő maga egy helyben marad, míg az autó dinamikus sebessége – éppen fordítva – úgy mozditja el az egy helyben ülő embereket, hogy ő maga is elmozdul. A katedrálisban felpörög a remény és az esemény jellegű élmény, az autóban beindul a felejtés és a közöny.

Akárhogy is nézzük, az autó végülis tárgy, használati tárgy és mint ilyen, manapság nem mentes a reklámban-való-léttől. A reklám tárgyiasít, vagy a tárgyakat dekonstruálja és rekonstruálja, bizonyos tulajdonságokat elfojt, eltakar vagy elfelejtet, másokat pedig kiemel vagy kitalál, és vágycélokként konstituál. Az autó (is) ily módon begurult a vágycélbirodalmába, ahol a kinézet, a look uralkodik, ő

parancsolja a fogyasztóknak, hogy felkorbácsolt ingereiket materiálisan elégtétellel ki. Melyek az autó look-jának fontos elemei? Fényes, sima, színes felület, harmonikus arányok, melyek tökéletességet, szabadságot sejtetnek, az autó használójának pedig valóságos élvezetet nyújtanak. A felsorolt tulajdonságok könnyen párhuzamba állíthatók egy másik gyakori reklámlénnel, a női testtel, mely hasonlóképpen fényes, sima, színes (értsd: nem hófehér) bőrfelületével, harmonikus arányával élvezetcentrikus ingereket hivatott kiváltani. A hasonlóságot tovább folytathatjuk: az autó vezetése, mint élvezet egyszerre ösztönjellegű cselekvés és intellektuális tevékenység. Az autóvezetőnek át kell adnia önmagát a sebességnek, benne kell lennie a sebességben, de ugyanakkor a baleset elkerülése érdekében ellenőriznie is kell ezt a sebességet. A test posztújkori kalandjai kapcsán hasonlót állít Zygmunt Bauman az orgazmusról: „A testnek gondtalanul bele kell vetnie magát az érzéki tapasztalatok hullámaiba... de a test tulajdonosának... gondosan ügyelnie kell a gondtalanságra”. Láthatóan mindkét esetben egyfajta hedonista résztvevő megfigyelésről van szó, a bent is, kint is formajátékáról és színházáról. Az autó meg a nő is akkor fontos, akkor értékes – mondhatnák az előbbi logika hívei –, ha mindkettő kellőképpen kidolgozott. Ami nem elég fit, nem eléggé arányos, gömbölyű, az vagy olcsó, vagy jelentéktelen. Fénytelen, régi, fakó, szögletes, oldalszimmetriát mutató kiskocsikat már nem érdemes vásárolni, csakúgy mint például pattanásos, szoláriummentes helyen tartott nővel sem divat meghitt perceket tölteni. A look mást diktál. Azt mondja, ha egészséges, sikeres vagy fiatal akarsz lenni, akkor használj protéziseket, sminkeld magad is, meg autódát is.

Az autó és a nő közötti (strukturális?) hasonlóságok mára viszonylag egyértelműek, ám ez korántsem volt mindig így. Az első gépkocsik valójában a szekér vagy hintó gépített meghosszabbításai voltak, akkor csupán annyi történt, hogy a lovak helyébe olyan szerkezet került, amely helyettesítette a lovak erejét. Nem véletlen, hogy az autó lelkének számító motornak egyik fontos karakterisztikumát ma is lóerőnek hívják. Az emberi gondolkodás ezáltal a

gépekre, az automatikus rendszerekre irányult, miközben ő maga is bizonyos szintig önműködővé kellett váljon. A lovak ápolása átfordult a lóerők serkentő ápolásába. A gondolkodó Parmenidészt is paripák vontatta kocsi ragadta ki önmagából, aki különben, mint minden kocsihasználó, igyekezett, hogy ne veszítse el teljesen a fejét. A gondolkodás felemelő, magával ragadó, visszahat a gondolkodóra és megváltoztatja életét. „A paripa ennek az eseménynek a húzóereje. Ma azt mondjuk: lóerő. Ebben a lapidáris elnevezésben ott rejlik a vonzás és az égbevívő erő tapasztalata. (...) Amit a felgyorsuló mozgás keres, az a megindító, átszellemültté tevő esemény.” – állítja Georg Stenger esztéta a jármű filozófiai értelmezéséről szóló tanulmányában. A lóerőkre irányuló gondolkodást valószínűleg a felgyorsult és felgyorsítható mozgás lehetősége hajtotta tovább, azaz tartotta állandó csábításban, és azt követelte, hogy több lóerőt hozzon létre, de úgy, hogy ezen erők használata ugyanakkor biztonságos és eladható is legyen: a sebesség esztétikája, az autó design-ja, megjelenítési formája előtérbe került.

Az autók formatervezésének több, nagyon gyakran egymásnak ellentmondó követelménynek kell(ett) eleget tennie. Az autót vonzóvá kellett varázsolni, ami főképp a tömeggyártás beindulásával vált fontossá. Amíg az autózás, a sebességhasználat arisztokratikus vonásokat viselt, addig a forma lehetett hintószzerűen cicomázott, vagy barokkosan gömbölyded, amely talán nem mindig volt funkcionális, ám az autó használójának kiváltságos mivoltát nyilvánvalóvá tette. A sebesség demokratizálódásával, a tömeggyártás megkezdésével előtérbe került a formatervezés precizitásának kérdése, azaz a hatékonyság érdekében a formába illeszkedő elemeket standardizálni kellett. Ez a mozzanat már jelzi az eljövendő tömegfogyasztás széria-esztétikáját, ám valamennyire hasonló formák Európában és Amerikában ekkor még nem léteztek. John Heskett szerint ebben az időszakban, a század második, harmadik évtizedében, a gépkocsigyártás ipara a következő csapdahelyzettel küszködött: egyrészt olcsó autókat szeretett volna gyártani, aminek előfeltétele a szabványosítás, másrészt pedig az újszerűsége is kellett törekednie, hiszen a vásárlók érdek-

lődését csak az új modellekkel lehetett fenntartani. Az ellentétes irányú igényeknek az lett az eredménye, hogy a forma folyamatosságát és stabilitását a gépkocsiipar gazdasági követelménye megsemmisítette. Az autó sebesség, írtuk már többször is. „A forma keresése nem más, mint az idő keresésének technikája” – jelenti ki Virilio már említett könyvében. A tárgyak formatervezése a tárgyban rejlő értékeket kell hogy szem előtt tartsa, az autók esetében ez pedig azt jelenti, hogy a statikus tárgy, az autó, a sebességet kell hogy megmutassa, az autó külső formája a sebesség, az erő, a hatalom jelképe kell hogy legyen. E felismerés vezetett az áramvonalasság bevezetéséhez és népszerűsítéséhez a 1930-as '40-es évek Amerikájában. Az áramvonalasságban látni kell a dinamizmust és a modernitást, alkalmazása pedig, noha tudományos számításokra támaszkodik, nagyon gyakran csak szimbolikus, és nincsen semmilyen gyakorlati funkciója, megvalósítása azonban egyesítette az esztétikai és technológiai kritériumokat. Az új stílus biztonságossá tette az egyre nagyobb sebességet felmutatni tudó autókat, megfelelt a sebességnek, a sebesség formája lett, a folyóiratok és filmek segítségével pedig elterjedt Európában is. A tárgy szintjén ez azt jelentette, hogy az autó barokkos gömbölyűsége kezdett eltűnni, átvette helyét a (vélt vagy valós) funkcionalitás gömbölyűsége, az autó kész bármikor belesuhanni a sebességbe, ezt mutatja az egy helyben álló autó is, amelynek első része laposabb és hegyesebb, a hátsó része vaskosabb, és látszólag fel van emelve. A sebesség a szimmetria ellen dolgozik, ezért ma már nem divatosak az olyan autók, amelyek például oldalnézetből szimmetriát mutatnak. Az autónak hadd legyenek inkább elegáns, könnyed, légies vonásai, ugyanis végső célja mégiscsak az, hogy eltűnjön a sebességben, vagy beleveessen a semmibe. Jól érzékelteti ezt az angol van (szállítókocsi) és vanish (eltűnik) szavak hasonlósága.

A kocsi, amikor kezd kocsivá válni, akkor eltűnik. A sebesség nagykorúsodásának eltűnésével érzékeltethető. Ahogy a kilótt nyílvesző is egy pont lesz, úgy az autó is gömb, egy eltűnő kövér pont akar lenni. A mára kanonikus formát elért autók is ezt sugallják. A legújabb személygépkocsik kanonizált formatervezése (hogy csak



néhány, laikusok által is érzékelhető jelet soroljunk fel: oldal- és hosszirányú elgömbölyödés, alacsonyabb első és vastosabb hátsó rész) arra enged következtetni, hogy a forma tervezése átalakult az információk képi érzékeltetésén alapuló, fogyasztócentrikus megszervezésévé. Nem a tárgynak kell a testhez simulnia, hanem az információs ikonoknak kell a testet, vágyakat, gondolatokat, késztetéseket behálózniuk. Ez valójában már nem is design, hanem infosign.

A technika ember és távolság között a híd szerepét tölti be. Az autó az egyik eszköz (a televízió, számítógép stb. mellett), amely által a távolság domesztikálódott. Az autóvezető beül járművébe. Az autó visszatekint gazdájára, elcsábítja, mert úgy tesz, mintha engedelmessé válna neki. Gáz. A sebesség fokozása következtében egymásba olvadnak. Egymásba zárkóznak. Néha az autó vezeti vezetőjét, néha a vezető irányítja autóját. Eltűnnek.

#### Felhasznált irodalom

- Georg Stenger: A jármű; Jelenség és kép, in: Enigma 1996/3.  
John Heskett: Industrial Design, Thames and Hudson Ltd., London, 1993.  
Monika Sznajderman: A szép nők teológiája, in: Kalligram 1996/7-8.  
Orr, John: Az országút elveszett varázsa; Az autó a jelenkori moziban, in: Európai Füzetek, Negyedik szám, Új Világ Kiadó, 1997.  
Rogers, E.: Communication technology: The new media in society, Free Press, New York, 1986.  
Virilio, Paul: Az eltűnés esztétikája, Balassi Kiadó, Budapest, 1992.  
Zygmunt Bauman: A test posztújkorai kalandjai, in: Kalligram 1996/7-8.