

Estetizacija suvremenog društva kroz primjer ljudskog tijela

Kos, Rea

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:183611>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-26**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

REA KOS

**ESTETIZACIJA SUVREMENOG
DRUŠTVA KROZ PRIMJER LJUDSKOG
TIJELA**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2024.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU

REA KOS

**ESTETIZACIJA SUVREMENOG
DRUŠTVA KROZ PRIMJER LJUDSKOG
TIJELA**

ZAVRŠNI RAD

Mentor: doc. dr. sc., Erik Brezovec

Zagreb, 2024.

Sažetak

Cilj ovoga rada bio je prikazati proces estetizacije društva kao skupa kriterija koji za većinu populacije postaju mjera nečega što je zapravo nemjerljivo, neopipljivo, ali i dalje snažno utječe na svakodnevni život pojedinaca, oblikujući njihovu percepciju drugih i percepciju samih sebe. Autori Reckwitz i Fromm uzeti su kao primjeri autora koji su objasnili mnoge društvene fenomene povezane s procesom estetizacije – problematiku kreativnosti kao novog resursa, imperativ samoaktualizacije, fenomen tržišta singularnosti te problematiku fasade individualizma koja služi prikriivanju konformizma. Sve navedeno izravno utječe na društvenu percepciju privlačnosti i ljepote, prvenstveno na ideal fizičkog izgleda. Za estetiku lica i tijela postoje društveno odobreni kriteriji poput simetrije, privlačne kombinacije boja, vitkosti i slično, zbog čega se posljedice estetizacije društva najlakše mogu uočiti upravo na tom primjeru. Proces estetizacije mora se problematizirati kao i svaki drugi društveni proces. Estetizacija se neće prestati iskorištavati kao resurs i kapital u suvremenom načinu funkcioniranja društva, no ne mora se nastaviti iskorištavati kao alat za ucjenjivanje i sramoćenje pojedinaca.

Ključne riječi: estetizacija, tijelo, resurs, percepcija, fasada

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Kreativnost kao paradigma novog društva	1
3. Tržište unikata	4
4. Fasada individualizma	7
5. Novo i bolje društvo	10
6. Tijelo-um-društvo	11
7. Zaključak	16
8. Popis literature	17

1. Uvod

Teško je u potpunosti teorijski obuhvatiti proces estetizacije društva jer je to apstraktan i širok pojam, no ipak ne možemo poreći sveprisutnost i stabilnost tog procesa kroz kontinuirane promjene ljudskih želja, potreba i nagnuća. Upravo zbog toga je važno istraživati kriterije koji, riječima ili brojkama, za većinu populacije utjelovljuju i postaju mjera nečega što je nemjerljivo, neopipljivo, ali i dalje snažno utječe na njihov svakodnevni život oblikujući njihovu percepciju drugih i percepciju samih sebe.

Na početku rada opisat će se Reckwitzov pristup ovom fenomenu, konkretno, opisat će se kreativnost kao novi resurs novoga društva te zašto je novo društvo odabralo baš tu vrijednost kao temelj svog razvoja i napretka i kako je to povezano s imperativom samoaktualizacije (kao još jednim važnim fenomenom koji oblikuje novo društvo). Nadalje će se opisati kako je nastalo i kako se održava tržište unikata, odnosno tržište singularnosti koje posljedično nameće ulogu kustosa svakom članu društva, a tijelo je stoga postalo ogledalom nametnutog ideala. U drugom dijelu opisat će se Frommov pristup fenomenu, uključujući fasadu individualizma koja služi prikriivanju konformizma, što posljedično u pojedincima stvara iskrivljenu percepciju sebe i drugih. Također će se opisati način na koji se, prema autoru, može izgraditi novo i bolje društvo te će se opisati ključna uloga žena u tom procesu. Radom autora Moellera i D'Ambrosia objasnit će se podrijetlo problematike estetizacije, odnosno zašto je estetizacija toliko istaknuta u suvremenom svijetu, čemu i kome služi. Proces estetizacije će se tako detaljno opisati kao alat harmonije, no istodobno kao dio iluzija koje nam omogućuju održavanje novog načina funkcioniranja u suvremenom društvu. Na kraju će se proces estetizacije problematizirati kao i svaki drugi društveni proces – estetizacija se neće prestati iskorištavati kao resurs i kapital u suvremenom načinu funkcioniranja društva, no ne mora se nastaviti iskorištavati kao alat za ucjenjivanje i sramoćenje pojedinaca.

2. Kreativnost kao paradigma novog društva

Mnoga su istraživanja dokazala da ljudi nasljeđuju estetiku svoje okoline jer je pojedinac oblikovan, no ne nužno i determiniran, ljudima koji ga okružuju i njihovim kriterijima ljepote i privlačnosti. Na prvi pogled, sve se čini jednostavnim – bitno je samo kako izgledamo i smatra li se to lijepim ili ne. No, upravo se iza njezine jednostavnosti, krije kompleksnost ove pojave. Možemo stoga zaključiti da je estetizacija fizički pokazatelj jedinstvenosti društva i igra ključnu ulogu u harmoničnom funkcioniranju između članova. Međutim i dalje nismo odgovorili na mnoga pitanja koja su bila i ostala prisutna sve do danas – ako je estetizacija alat harmonije, zašto se onda govori o bilo kakvim privilegijama među određenim grupama? Ako je estetizacija fizički pokazatelj jedinstvenosti društva, zašto se određene karakteristike smatraju „boljima“ od drugih? Zašto se onda te poželjne karakteristike ne mogu primjeniti jednako u svim kulturama svijeta? Autor Andreas Reckwitz u svojem djelu „The Invention Of Creativity“ nudi potencijalne odgovore:

Autor se u svojem razmatranju estetizacije društva ne bavi toliko kriterijima lijepog ili ružnog, već pruža novi uvid u posljedice ovog fenomena. Smatra kako su se pojmovi lijepog i ružnog uspjeli nevjerojatno dobro iskoristiti za stvaranje konzumerističke kulture, odnosno, za stvaranje publike koja neprestano zahtijeva originalnost i iznenađenja. Kako bi se zadovoljile te potrebe, bilo je nužno kreirati industrije koje će stvarati i prodavati tražene proizvode, čime se uspostavio ključni princip organizacije zapadnog društva tijekom zadnjih tridesetak godina, a tako je ostalo i do danas. Ključni element takvih industrija postala je kreativnost, zapravo također neopipljiva, nemjerljiva, ali sveprisutna pojava koja je u zapadnom svijetu najjednom postala najveći adut i najdragocjenija vrijednost: „Iz sociološke perspektive, kreativnost nije samo površni semantički fenomen već ključni princip organizacije zapadnog društva tijekom zadnjih tridesetak godina. Ovakav je razvoj bio najprisutniji u ekonomskom i tehničkom aspektu kapitalistički uređenih društava, posebice u sferi fizičkog rada i profesija. Ono što će se ovdje nazivati „estetski kapitalizam“ bazira se na radu koji nema više

poveznica s rutinskim aktivnostima fizičkih radnika i radnika u uredima, s njihovim standardiziranim i činjeničnim obnašanjem prema ljudima i stvarima. Ovi stari načini rada zamijenjeni su radnim aktivnostima koje zahtijevaju konstantnu proizvodnju „novih stvari“, s naglaskom na znakove i simbole – tekstove, fotografije, komunikaciju, procedure, tjelesne modifikacije – kako bi se zadovoljila konzumeristička publika koja neprestano traži originalnost i iznenađenja. Konzumeristička kultura generirala je želju za privlačnim i inovativnim proizvodima, zbog čega se kreativne industrije neprestano muče kako bi to zadovoljile (Reckwitz, 2012; 16-17)“.

Ali zašto baš kreativnost? Zašto je društvo odabralo baš taj kriterij, baš tu vrijednost kao jednu od osnovnih paradigmi nove ere? Reckwitz smatra da je kreativnost temelj moderne ere upravo zbog toga što se može primjeniti na razne vrste problema u svakodnevnom životu, uz mogućnost da se iskoristi kao alat za profit i stvaranje novih grana zanimanja/profesija. Kada se kreativnost počela iskorištavati kao resurs, u relativno kratkom vremenu obuhvatila je cjelovitu strukturu te poimanje društva i individualnosti (također jedne od temeljnih paradigmi modernog zapadnog društva): „Želja za kreativnošću i imperativ kreativnosti imaju velik utjecaj na široku lepezu društvenih segmenata. Obuhvaćaju cjelovitu strukturu i poimanje društva i individualnosti u modernim zapadnim društvima. Nekadašnje marginalne ideje o kreativnosti najednom su postale dijelom obaveznog društvenog poretka, postupno su se ukorijenile i u razne institucije društva. Nekadašnji elitistički program kreativnosti napokon postaje poželjan, ali i obavezan fenomen za cijelo društvo (Reckwitz, 2012; 20)“.

Ali što je zajedničko resursu kreativnosti i procesu estetizacije društva? Ideal samoaktualizacije. Reckwitz se poziva na pojam kojeg su u psihologiju prvi uveli Maslow i Rogers kako bi objasnio zašto se u novom društvu promovira ideja da se naši unutarnji potencijali neprestano moraju razvijati: „Ideal samoaktualizacije usko je povezan s konceptom ljudske kreativnosti. Maslow i Rogers razlikuju one koji teže ka samoaktualizaciji i one koji se priklanjaju konformizmu, no istovremeno ističu da je svaka individua prirodno sposobna za samoaktualizaciju.

Tako koncept samorealizacije vodi do imperativa da svaka individua mora aktivno razvijati svoj prirodni potencijal (Reckwitz, 2012; 239)“. Međutim, upravo s masovnim promoviranjem i poticanjem pojedinaca da se neprestano bave sobom na razne načine, zapravo stvaramo novu vrstu konformizma i standardizacije. „Svaka individua trebala bi težiti prema zamišljenoj maksimalnoj mentalnoj i emocionalnoj zrelosti i blagostanju, što zapravo nikada neće uspjeti postići (Reckwitz, 2012; 238)“ – to je ključni element novog doba jer se kreativnost koristi kao resurs za zadovoljavanje, ali i za stvaranje pretjeranih i nezaustavnih potreba, bila to potreba za samopoboljšanjem ili potreba za konstantnim uljepšavanjem sebe i okoline.

No, zašto su proces estetizacije i resurs kreativnosti toliko važni novom društvu? Autor odgovor pronalazi uspoređujući današnje vrijeme i njegove vrijednosti s nekadašnjim vremenom u kojem su dominantne vrijednosti bile racionalizacija i objektivizacija stvari i pojedinaca: „Društvo i moral imaju vlastite imperitive i ni na koji način se ne mogu reducirati isključivo na estetsku razinu. Međutim, važno je shvatiti realan značaj estetike u modernoj kulturi. Cilj procesa estetizacije i kreativnosti jest pružiti osjećaj razumijevanja prema i među pojedincima, što služi kao reakcija na alijenaciju kroz koju je većina prolazila u vrijeme dominacije procesa racionalizacije i objektivizacije koji su nekada bili u srcu modernog društva (Reckwitz, 2012; 382)“.

3. Tržište unikata

Andreas Reckwitz se u svojem djelu „The Society of Singularities“ osvrće na stvaranje tržišta singularnosti odnosno tržišta unikatnosti na kojem se natječu aktivnosti, predmeti, prostor, ali i ljudi: „Mnoga dobra stoga podbace; umjesto da ih se smatra unikatnima, smatra ih se repetitivom već viđenoga. Pobjeđuju samo ona koja se mogu etablirati kao singularna. Ukratko, tržišta singularnosti su tržišta privlačnosti te sadrže dualnu strukturu tržišta pozornosti, koje naglašava problem vidljivosti i tržišta valorizacije, koje naglašava problem evaluacije kvalitete unikatnosti nekog dobra (Reckwitz, 2017; 107)“. Važno je razlikovati da Reckwitz

opisano tržište ne promatra kroz definiciju tržišta kakvu je moderno društvo postavilo u svojim počecima, jer se novo tržište sada temelji na emocionalno nabijenim performansima putem kojih se pojedinci, predmeti i aktivnosti bore za pažnju najvećeg mogućeg broja ljudi: „Za ovakva tržišta nisu karakteristične neutralne kalkulacije, kako ih je Weber nekada opisao, već ovise o emocionalno nabijenim performansima (Reckwitz, 2017; 108)“.

Kriteriji i ponude ovakvog tržišta se u običnom, svakodnevnom životu, očituju kroz ulogu kustosa koju svaki funkcionalni pojedinac modernog zapadnog svijeta mora ispoštovati. Kao što je već spomenuto, autor naglašava da se imperativi kreativnosti i neprestane samoaktualizacije u novom društvu postavljaju kao norma i kao kriterij zdravog funkcioniranja zajednice. Takva ideologija se direktno odražava na svakodnevni život odabirom hrane, odjeće, mjesta stanovanja i uređenja tog prostora, ali i odabirom kako ćemo usavršiti svoje tijelo: „Umjetnost i umijeće kustosa leži u njihovom specifičnom načinu kako selektiraju, prisvajaju, transformiraju i ugrađuju raznovrsne predmete i teorije u harmoničnu cjelinu koja i dalje ostaje heterogena (Reckwitz, 2017; 214)“. U novom svijetu se potiče odabir između gotovo beskonačnog broja opcija, no istovremeno se slobodna volja i osobni ukus, na neki način, uvijek pretvore u resurs. Autor smatra da je ono što pojedinac naizgled odabire jer mu se jednostavno sviđa, uvelike pod utjecajem tržišta koje konstantno nudi nešto „bolje“, nešto „posebnije“, čime se stvara nezasitna „glad“ za zadovoljenjem potreba koje možda nikada ne bi nastale da se kreativne industrije i tržište singularnosti toga nisu dosjetili. Istovremeno stvaraju pritisak na pojedince da ako ne odaberu „najbolje“, neće moći biti zdravi članovi zajednice. U takvoj strukturi ni naše tijelo nije izuzetak.

Autor smatra da je tijelo, na vrlo intenzivan način, postalo dijelom svakodnevne brige i predmetom unutarnje mentalne borbe, pogotovo među obrazovanom srednjom klasom:

Prvo, tijelo je sada dio sveobuhvatnih napora usmjerenih prema samooptimzaciji. Zbog toga je tijelo zapravo postalo ekstremno standardizirano i racionalizirano te je postalo simbolom upornosti i samodiscipline: „Za staru buržujsku klasu, debljina je bila simbol divljenja, ozbiljnosti i prosperiteta dok je za današnjicu istrenirana figura pojedinaca koji su dio kreativne i menadžerske klase, simbol upornosti i samodiscipline. U ovom slučaju fizičke samooptimizacije, što se može mjeriti generalnim i objektivnim parametrima, tijelo je postalo ekstremno standardizirano i zbog toga racionalizirano. „Fitness“ priprema subjekte s generalnim tjelesnim materijalom koji će im omogućiti jedinstvene aspekte njihovog „lifestylea“ i za vrijeme posla i za vrijeme odmora (Reckwitz, 2017; 235-237).“

Drugo, rad na vlastitom fizičkom izgledu i na privlačnosti tijela, postao je izuzetno važan. Za razliku od ranijih godina moderne kulture u kojima su se tim brigama zamarale isključivo žene, danas se to odnosi na sve. Fizička privlačnost postala je temelj za osjećaj vlastite vrijednosti te je postala faktor društvenog prestiža, odnosno postala je kapital. Međutim, autor naglašava važnost autentičnosti koja mora savršeno odgovarati lijepom i njegovanom tijelu – jedino se s takvom kombinacijom čovjek može osjećati ispunjenim, jer se barem za korak približio duhovnom i fizičkom idealu društva: „Sofisticirane tehnike za kreiranje atraktivnog tijela sve su važnije – od fitness treninga, mode, kozmetike, tjelesnih modifikacija i operacija pa sve do raznih usluga savjetovanja i mentoriranja. Kultiviranje atraktivnog tijela praksa je estetizacije jer je to zapravo praksa stvaranja ljepote. S jedne strane, estetika lica i tijela je među malobrojnim kriterijima za koje postoje društveno prihvaćeni i odobreni kriteriji (simetrija, privlačna kombinacija boja, mršavost...) dok s druge strane, postoje tendencije prema singularizaciji: standardizacija prelijepih tijela često se smatra umjetnim. I u ovom je slučaju autentičnost presudna: osobnost i izgled moraju odgovarati

jedno drugome kako bi se stvorila karizmatična privlačnost (Reckwitz, 2017; 235-237).“ Međutim, činjenica je da se u stvarnosti prava autentičnost gubi jer se istinska autentičnost zapravo ne može kupiti ni nadograditi izvanjskim proizvodima/alatima, već samo unutarnjim osjećanjem identiteta i promjenom vlastitog karaktera za vlastiti boljitak (slično govori i Fromm u svojem razmatranju zdravog/nezdravog društva).

Treće, autor prepoznaje da su još od početaka modernog zapadnog društva, razne „kulture tijela“ postavile temelje za današnje standarde i očekivanja, pogotovo za očekivanja i standarde srednje klase. Također su prenijele ideju da se putem tijela mogu prenositi različite poruke i vrijednosti drugima u okolini: „...još od 1980ih široki spektar „kultura tijela“ postao je temelj za današnji lifestyle srednje klase. Ako netko svoje tijelo gura do krajnjih granica drugima će prenijeti vrijednost, ne samo estetizacije već i zaigranosti (Reckwitz, 2017; 235-237)“.

4. Fasada individualizma

U kontekstu Frommovog pristupa, društvo je tokom svog razvoja došlo do zanimljive prepreke koja prije nije ni mogla postojati u ovom obliku, jer čovječanstvo tada još nije postiglo dovoljni tehnološki, politički, kulturni, gospodarski i svaki drugi napredak. Paradoksalno, ali istinito – danas smo toliko izgubljeni i neodlučni upravo zato jer imamo previše opcija. Također je, s druge strane, činjenica da živimo bolje nego li svi naši preci zajedno – no i dalje kao da se nismo maknuli s iste mrtve točke.

Fromm u svojem djelu „Zdravo društvo“ objašnjava kako smo se postupno odvojili od identiteta plemena („ja sam mi“) i to zamijenili „individualizmom“ odnosno sebičnim ispunjavanjem nezasićenih želja: „Razvitak zapadne kulture išao je u pravcu stvaranja osnove za potpuno doživljavanje individualnosti. Smatralo se da će pojedinac moći osjećati »sebe« kao da je centar i aktivni subjekt svojih moći kada se oslobodi politički i ekonomski, kada se nauči misliti o sebi i kada se oslobodi autoritarnog pritiska. Ali je samo manjina postigla to doživljavanje

»sebe«. Za većinu, individualizam nije bio ništa drugo nego fasada iza koje se skrivao neuspjeh da se stekne individualno osjećanje identiteta (Fromm, 1989; 52)“. Postavili smo fasadu, odnosno, zamijenili smo vlastiti identitet s lažnim potrebama nametnutim od grupe moćnika koji profitiraju nad našim predvidljivim očekivanjima. Nismo inovativniji, kreativniji, prosvećeniji ili u bilo kojem smislu bolji nego što smo bili prije „revolucije“ individualizma, već smo samo novim bojama maskirali iste nesigurnosti i probleme koje su imali naši prethodnici.

„Tražene su i nađene mnoge zamjene za pravo individualno doživljavanje identiteta. Nacija, religija, klasa i zanimanje služe da osiguraju doživljavanje identiteta. »Ja sam Amerikanac«, »ja sam protestant«, »ja sam trgovac«, to su formule koje pomažu čovjeku da doživi identitet jer je izgubio prvobitni identitet s plemenom, a još nije stekao pravo individualni identitet. Ove različite identifikacije se u suvremenom društvu obično javljaju zajedno...i doživljavanje identiteta se sve više mijenja u doživljavanje konformizma (Fromm, 1989; 52)“. Kao što je i Reckwitz upozoravao, Fromm ponovno ističe da se toliko pojedinaca trudi biti izdvojeno i specifično, uopće ne shvaćajući da većinu vremena podliježu standardima većine ili barem njihovim očekivanjima. „Sve dok se ja ne razlikujem od drugih, sve dok sam kao i drugi i dok me oni priznaju kao »običnog čovjeka«, mogu osjetiti sebe kao »ja«. Ja sam onakav »kakvog me želite« — kao što je Pirandelo rekao u naslovu jednog svog komada. Umjesto preindividualističkog identiteta sa plemenom razvija se novi identitet sa gomilom, u kome se doživljavanje identiteta zasniva na bezuvjetnom pripadanju masi. Ne mijenja stvar to što se ova uniformnost i suglasnost često ne shvaćaju kao takve, već se skrivaju iluzijama o individualnosti (Fromm, 1989; 52)“. Naravno, kako je već spomenuto, velike korporacije/moćnici poznaju tu potrebu i na nju dodaju nevjerovatne iluzije i laži kako bi „prevarili“ naše prirodne želje. Poanta revolucije individualizma jest da postane prikriveni konformizam koji je postojao u drugim oblicima kroz cijelu ljudsku povijest.

Fromm također upozorava na činjenicu da je čak i najracionalnijima teško odoliti svemu što moderan život može pružiti. Teško se svakodnevno boriti sa, recimo,

reklamama koje neprestano nude ono što potajno znamo da nemamo ili smatramo da nemamo dovoljno. Zbog nevjerojatnog broja opcija u svim područjima naših života, postali smo apatični i rezignirani, pa i na temu ružnog ili lijepog. „...I ono što treba činiti sasvim je ugodno, mnogim prirodnim impulsima je dozvoljena slobodna igra i ne postoje nikakva iskušenja kojima čovjek treba odoliti... I to mora tako biti ako želimo imati ljude kakve traži suvremeni sistem — ljude koji se osjećaju »sretnima«, koji nemaju sumnji, koji nemaju konflikata, kojima se upravlja bez upotrebe sile (Fromm, 1989; 127)“. Još jedan moderni paradoks kojeg su autori predvidjeli puno prije dolaska današnjih standarda i normi – važno nam je samo kako se mi osobno osjećamo i kako nas većina percipira, često zaboravljajući da je to i drugima jednako važno.

„Iako je biološka sposobnost razuma ljudske rase ostala ista kroz tisuće generacija, potreban je dug evolucionarni proces da se stigne do objektivnosti tj. da se stekne sposobnost da se vidi svijet, priroda, drugi ljudi i sam čovjek onakav kakav je, a ne izopačen željama i strahom, što čovjek više razvija ovu objektivnost, tim je više u kontaktu sa stvarnosti, više sazrijeva, može stvoriti prikladniji svijet u kojem će se osjećati kao kod kuće. Razum je čovjekova sposobnost da shvati svijet pomoću misli, dok je inteligencija čovjekova sposobnost da upravlja svijetom pomoću misli (Fromm, 1989; 53)“. Autor se osvrće na našu neprestanu „potrebu“ da tražimo više, bolje, ljepše, čime zapravo svakim danom sve više svog prostora i vremena prepuštamo nagonima i prolaznim željama, ne mareći za alarme razuma u nama koji postupno jenjaju zbog naše tvrdoglavosti i prevelikog komfora kojeg smo si omogućili.

Fromm smatra da srž problema leži u tome da je većina naših „potreba“ ukorijenjena u strahu od neimaštine, od odbacivanja, od poraza zbog čega smo paralizirani i zanemarujemo vlastitu snagu i volju u borbi protiv tih strahova. Radije se okrećemo novom proizvodu koji će nam ublažiti tegobe, iako smo istovremeno potpuno svjesni da ćemo time samo produbiti postojeće ili stvoriti nove. Važnije nam je da smo ostvareni u očima društva, kolikogod se ružno osjećali iznutra – „Činjenica da milijuni ljudi imaju iste poroke, ne pretvara ove

poroke u vrline, činjenica da su im mnoge greške zajedničke, ne čini greške istinitima i činjenica da milijuni ljudi pate od istih oblika mentalne patologije ne čini ove ljude zdravima (Fromm, 1989; 20)“.

5. Novo i bolje društvo

Fromm u svojem djelu „Imati ili biti“ razmatra kako se svaki čovjek prvo sam mora promijeniti i dopustiti si novi način života, kako bi se onda cjelokupno društvo promijenilo: „Smatram da se ljudski karakter može mijenjati ako se ispune sljedeći uvjeti: 1. Patimo i svjesni smo patnje 2. Uviđamo uzrok naše patnje 3. Uviđamo da postoji put za prevladavanje naše patnje 4. Uviđamo da radi prevladavanja patnje moramo slijediti neke životne norme i mijenjati dosadašnji način života“ (Fromm, 1984; 178)“.

Kada većina popratni navedene korake i postane duhovno „bolja“, odnosno spozna da u sebi nosi promjenu koju ne mora uvijek tražiti u vanjskom svijetu, nastaje novo društvo s nekoliko osnovnih karakteristika: „Funkcija novog društva je poticanje nastanka novog čovjeka, bića čiju će karakternu strukturu resiti sljedeće osobine:

Spremnost odricanja od svih oblika imanja da bi bilo moguće potpuno biti. Sigurnost, osjećaj identiteta i povjerenja zasnovani na vjeri u ono što netko jest, na potrebi za odnosom, ljubavlju, interesom, solidarnošću sa svijetom oko sebe, a ne na želji za imanjem, posjedovanjem, vladanjem svijetom i tako robovanju vlastitim posjedima. Potpuna prisutnost, posvuda. Radost davanja i dijeljenja, a ne gomilanja i izrabljivanja. Zatim, život bez obožavanja, idola i iluzija jer je postignuto stanje u kojem iluzije nisu potrebne. Ljubav i poštovanje prema životu u svim njegovim manifestacijama, u znanju da nije sveta nijedna stvar, ni moć, ni bilo što mrtvo, već život i sve ono što unapređuje njegov razvitak. Također, razvijanje vlastitih sposobnosti za ljubav, zajedno sa sposobnošću za kritičku, nesentimentalnu misao. Najvišim ciljem života proglasiti potpuni razvitak sebe i ostalih ljudi. Znanje da su za dostizanje tog cilja neophodni disciplina i uvažavanje stvarnosti. Razvijanje maštovitosti, ali ne radi bijega iz nepodnošljivih

okolnosti, već zbog anticipacije stvarnih mogućnosti, kao sredstva uklanjanja nepodnošljivih okolnosti. Važno je nezavođenje drugih, ali i otpor pokušaju da nas zavedu; nevinost, ali ne i naivnost. Naposljetku, sloboda koja nije samovolja, već mogućnost da se bude svoj, ne gomila pohlepnih želja, već profinjeno uravnotežena struktura koja je u svakom trenutku suočena s alternativom napretka ili pada, života ili smrti (Fromm, 1984; 180-181)“.

Treba napomenuti još jednu važnu Frommovu misao u vezi nastanka novog, boljeg društva. Već je u svoje vrijeme žene smatrao ravnopravnim članicama društva, dapače, ključnim aktericama koje će svojom borbom za vlastita osnovna ljudska prava, postići opći mir čak i među narodima – „Podređivanje jedne polovice ljudskog roda drugoj uzrokovalo je i još uvijek uzrokuje, ogromne štete obim spolovima: muškarci su poprimili osobine pobjednika, a žene žrtve. Čak ni danas nijedan odnos muškaraca i žena, pa čak ni među onima koji svjesno protestiraju protiv supremacije muškaraca, nije oslobođen prokletstva osjećaja superiornosti među muškarcima, odnosno inferiornosti među ženama...Iskazivanje moći nad slabijima predstavlja bit postojeće patrijarhalnosti, jednako kao i dominacija nad neindustrijaliziranim nacijama te djecom i mladima. Razvitak pokreta za oslobođenje žena ima ogroman značaj jer ugrožava princip sile na kojem počiva suvremeno društvo (kapitalističko kao i komunističko) – to jest ako žene pod oslobađanjem podrazumijevaju da ne žele dijeliti moć muškaraca nad drugim grupama, kao što je moć nad kolonijalnim narodima. Ako pokret za oslobođenje žena može poistovjetiti svoju ulogu i funkciju sa zastupanjem „antimoći“, žene će imati odlučujući utjecaj u borbi za novo društvo (Fromm, 1984; 201-202)“.

6. Tijelo-um-društvo

Reckwitz i Fromm detaljno su objasnili paradigme novog društva i naveli sve njihove negativne posljedice na individualnoj i na općoj razini. Međutim, važno je objasniti korijene tih novih paradigmi, kako bi mogli predvidjeti u kojem smjeru će se društvo razvijati u bližoj budućnosti. Autori Moeller i D'Ambrosio

su u svojem djelu „Sincerity, authenticity and proficity: Notes on the problem, a vocabulary and a history of identity“ citirali neke od glavnih pretpostavki Luhmannovih teorija kako bi iz svoje perspektive objasnili zašto je suvremeno društvo toliko drukčije od svih prijašnjih, što zapravo nudi temeljeno objašnjenje za Reckwitzove i Frommove pretpostavke.

Autori kreću od glavne pretpostavke ove Luhmannove teorije, a to je premisa da umovi individualaca i društvo kao cjelina zapravo nisu povezani. Ta pretpostavka otkriva prvi razlog zašto se u suvremenom svijetu pojedinci većinu vremena osjećaju izopćeno i odbačeno, zbog čega se često okreću samima sebi kako bi pronašli utjehu i razumijevanje – „Za razliku od klasične filozofske um-tijelo problematike koja preispituje ako i kako su fizički i intelektualni aspekti ljudskog života integrirani u svakodnevnici, Luhmannova primarno zanima um-društvo problematika: Kako je društvo povezano s ljudskom svijesti? Ili drukčije rečeno: Do koje razine je društvo povezano s ljudskim razmišljanjem, osjećajima i nakanama? Luhmannov radikalni „anti-humanistički“ odgovor na um-društvo problematiku je jedan od najkontroverznijih elemenata njegove teorije: operativno, umovi i društvo nisu povezani. Kao sveobuhvatni sustav komunikacije, društvo se sastoji od komunikacijskih operacija. Umovi se, s druge strane, sastoje od mentalnih operacija. Jedna vrsta komunikacije ne može se direktno povezati s drugom: um treba misliti ili osjećati dok društvo treba komunicirati (Moeller i D'Ambrosio, 2018; 576).“ Međutim, ipak se na neki način život mora normalno odvijati, unatoč činjenici da istovremeno egzistiraju dvije nepovezane vrste komunikacije – autori navode kako je jezik stoga strukturalna poveznica uma i društva te omogućava njihovu simbiozu: „Ljudska misao operira u društvenom okruženju koje zahtijeva komunikaciju – razmišljamo, primjerice, o tome što smo pročitali ili što smo čuli – te društvo operira u okruženju ljudske misli – što je rečeno ili napisano često se pojavljuje u kontekstu nečijih osjećaja i razmišljanja. I društvo i um koriste moć jezika zbog čega je upravo jezik njihova strukturalna poveznica odnosno predstavlja simbiozu uma i društva (Moeller i D'Ambrosio, 2018; 576).“

„Jednom kada shvatimo koliko su naše mentalno iskustvo i naša društvena egzistencija duboko razdijeljeni, počinjemo shvaćati društveno kao nešto izvanjsko, a mentalno kao nešto unutarnje...Društvo više nije razdijeljeno po različitim klasama i slično, već prema različitim funkcionalnim sferama poput ekonomije, obrazovanja, prava, politike i medija. Funkcionalna struktura postaje globalna i karakterizira većinu društava svijeta. Mi smo sada studenti, profesori, birači, potrošači i slično (Moeller i D'Ambrosio, 2018; 578).“ Zbog jedinstvenih promjena u sferama poput ekonomije, obrazovanja, prava, politike i sličnih, suvremeno društvo se vrlo brzo moglo odvojiti od tradicionalnog poimanja razlika odnosno nejednakosti u zajednici. Sada vrijede potpuno druga pravila uzdizanja i spuštanja po društvenoj ljestvici, što je naravno automatski utjecalo i na stvaranje i na doživljavanje identiteta: „Formiranje identiteta postalo je nevjerojatno komplicirano: naši poslovi ne moraju nužno odgovarati našem ekonomskom statusu, naša politička opredjeljenja našem bračnom statusu – pa čak niti brak kao takav više ne pokazuje određenu seksualnu orijentaciju. Luhmann zaključuje: osoba ne može znati tko je zapravo, ali mora otkriti jesu li njezine vlastite projekcije naišle na prepoznavanje i razumijevanje od drugih (Moeller i D'Ambrosio, 2018; 579).“ Dakle, sada se od pojedinaca očekuje da su istovremeno raznovrsni, ali i jednaki. Istovremeno moraju biti unikatni, ali opet se moraju podrediti tržištu koje prodaje te alate njihove unikatnosti (koje je naravno pod utjecajem male grupe moćnika), a uz sve to moraju neprestano težiti samoaktualizaciji, odnosno stanju u kojem nikada neće prepoznati jesu li sami za sebe autentični i originalni, jer je puno važnije pripaziti na to jesu li u očima drugih postigli dovoljnu razinu prepoznavanja i razumijevanja, što onda posljedično potvrđuje i legitimira njihov identitet.

Postavlja se pitanje kako je onda moguće pomiriti individualnost, autentičnost, kreativnost, originalnost i identitet? Autori navode nekoliko odgovora: „Individualizam se kao paradigma često poistovjećuje sa autentičnošću. Pripadaju istoj egzistencijalnoj obitelji jer skreću pozornost na fenomene poput originalnosti, kreativnosti i samostalnosti. Individualizam se radikalno fokusira na originalnost, za razliku od paradigme autentičnosti koja se više fokusira na

kreativnost (Moeller i D'Ambrosio, 2018; 584).“ Dakle, može se zaljučiti da su svi navedeni pojmovi dio istog pitanja, odnosno predstavljaju dijelove zajedničkog egzistencijalnog pitanja koje si svaki pojedinac barem jednom u životu mora postaviti. Međutim, važno je razlikovati funkcije pojedinih pojmova – individualnost i autentičnost imaju funkciju stvoriti društvenu osobu i njezin identitet, što nas opet navodi na zaključak da se i kroz ovaj proces očituje simbioza, sinergija društva i uma, uz jezik kao njihov alat komunikacije: „Ideja individualizma bazira se na pretpostavci da su svi rođeni kao jedinstveni i jedini. Individua stoga nije nešto što se mora stvoriti, već je prirodno zadana. Međutim, i individualnost i autentičnost moraju biti kreativne u stvaranju društvene osobe i njezinog identiteta (Moeller i D'Ambrosio, 2018; 585).“

Iako su autori ponudili odgovore na zapravo filozofsko pitanje um-društvo i time objasnili glavne probleme koji se pojavljuju u suvremenom društvu, Reckwitz i Fromm konkretizirali su kako se ti problemi očituju u svakodnevnom životu i na koji način utječu na pojedince, uz skretanje pozornosti na (uvijek istu) malu grupu ljudi koja od te problematike, na kraju, najviše profitira. „Razvitak zapadne kulture išao je u pravcu stvaranja osnove za potpuno doživljavanje individualnosti. Smatralo se da će pojedinac moći osjećati »sebe« kao da je centar i aktivni subjekt svojih moći kada se oslobodi politički i ekonomski, kada se nauči misliti o sebi i kada se oslobodi autoritarnog pritiska. Ali je samo manjina postigla to doživljavanje »sebe«. Za većinu, individualizam nije bio ništa drugo nego fasada iza koje se skrivao neuspjeh da se stekne individualno doživljavanje identiteta (Fromm, 1989; 52)“. „Tražene su i nađene mnoge zamjene za pravo individualno doživljavanje identiteta. Nacija, religija, klasa i zanimanje služe da osiguraju doživljavanje identiteta. »Ja sam Amerikanac«, »ja sam protestant«, »ja sam trgovac«, to su formule koje pomažu čovjeku da doživi identitet jer je izgubio prvobitni identitet sa plemenom, a još nije stekao pravo individualno doživljavanje identiteta. Ove različite identifikacije se u suvremenom društvu obično javljaju zajedno...i doživljavanje identiteta se sve više mijenja u doživljavanje konformizma (Fromm, 1989; 52)“. S obzirom da su, prema Frommu, različite vrste identifikacija podbacile u stvaranju novih i boljih

identiteta pojedinaca, Reckwitz nastavlja s opisom tržišta koje obuhvaća i spaja te različite identifikacije i prodaje ih kao „lijek“ protiv neoriginalnosti, dosade i konformizma, iako zapravo samo ponovno reciklira neuspjelu formulu: „Mnoga dobra stoga podbace; umjesto da ih se smatra unikatnima, smatra ih se repeticijom već viđenoga. Pobjeđuju samo ona koja se mogu etablirati kao singularna. Ukratko, tržišta singularnosti su tržišta privlačnosti te sadrže dualnu strukturu tržišta pozornosti, koje naglašava problem vidljivosti, i tržišta valorizacije, koje naglašava problem evaluacije kvalitete unikatnosti nekog dobra (Reckwitz, 2017; 107)“. Važno je razlikovati da Reckwitz opisano tržište ne promatra kroz definiciju tržišta kakvu je moderno društvo postavilo u svojim počecima jer se novo tržište sada temelji na emocionalno nabijenim performansima putem kojih se pojedinci, predmeti i aktivnosti bore za pažnju najvećeg mogućeg broja ljudi. Stoga se očekuje umijeće kustosa odnosno umijeće selektiranja i transformiranja predmeta u cjelinu koja i dalje mora ostati heterogena: „Umjetnost i umijeće kustosa leži u njihovom specifičnom načinu kako selektiraju, prisvajaju, transformiraju i ugrađuju raznovrsne predmete i teorije u harmoničnu cjelinu koja i dalje ostaje heterogena (Reckwitz, 2017; 214)“.

Moeller i D'Ambrosio nadodaju da je proces formiranja identiteta zapravo izrazito nestabilan i provizoran. Iako nam je to svima zajednički egzistencijalni zadatak, nemoguće ga je izvršiti jer su tijelo, um i društvo nedovoljno povezani. Stoga se rađaju iluzije s kojima je lako upravljati, posebice kada su više-manje uniformirane i standardizirane. Iluzije su potrebne jer pružaju utjehu, razumijevanje i jer bez njih ni individua ni društvo ne bi mogli funkcionirati onako kako suvremeni sistem zahtijeva: „Formiranje identiteta, kao nužna reakcija na um-društvo problematiku je nestabilno i provizorno. To je kontinuirani „rad u tijeku“. Zbog systemske nepovezanosti tijela, uma i društva, jedinstveni i koherentni identitet izgleda da je nemoguće postići. Egzistencijalni zadatak za izgradnjom identiteta stoga rađa iluzije, ali iluzije koje se čine potrebnima jer bez njih niti individua niti društvo ne bi mogli funkcionirati na način koji sadašnji sistem zahtijeva (Moeller i D'Ambrosio, 2018; 594).“

7. Zaključak

Naravno da je teško u potpunosti teorijski obuhvatiti proces estetizacije društva jer je to apstraktan i širok pojam, no ipak ne možemo poreći sveprisutnost i stabilnost tog procesa kroz kontinuirane promjene ljudskih želja, potreba i nagnuća. Upravo zbog toga je važno istraživati kriterije koji, riječima ili brojkama, za većinu populacije utjelovljuju i postaju mjera nečega što je nemjerljivo, neopipljivo, ali i dalje snažno utječe na njihov svakodnevni život jer oblikuje njihovu percepciju drugih i percepciju samih sebe. Možemo stoga zaključiti da je estetizacija fizički pokazatelj jedinstvenosti društva i igra ključnu ulogu u harmoničnom funkcioniranju između članova.

Iako društvo i moral imaju vlastite imperitive i ni na koji način se ne mogu reducirati isključivo na estetsku razinu, moramo priznati realan značaj estetike u suvremenoj kulturi. Cilj je procesa estetizacije pružiti osjećaj razumijevanja prema i među pojedincima. Međutim, služi i kao jedna od unutarnjih iluzija pomoću kojih gradimo svoj identitet, odnosno pomoću nje želimo ispuniti praznine koje nam ostavlja zadatak gradnje vlastitog identiteta. Nevjerojatna i precijenjena vrijednost estetike samo je odgovor na alijenaciju kroz koju je većina prolazila u vrijeme dominacije procesa racionalizacije i objektivacije koji su nekada bili u srcu modernog društva, uz činjenicu da je danas fizička privlačnost postala kapital.

Autori su, između ostalog, predvidjeli još jedan suvremeni paradoks, puno prije dolaska današnjih standarda i normi – važno nam je samo kako se mi osobno osjećamo i kako smo percipirani od strane većine, često zaboravljajući da je to i drugima jednako važno.

Estetizacija se neće prestati iskorištavati kao resurs i kapital u suvremenom načinu funkcioniranja društva, no ne mora se nastaviti iskorištavati kao alat za ucjenjivanje i sramoćenje pojedinaca.

8. Popis literature

1. Fromm, E. (1989). Zdravo društvo. Zagreb: »NAPRIJED« Izdavačko trgovačka radna organizacija; Beograd: »NOLIT« Izdavačka radna organizacija
2. Fromm, E. (1984). Imati ili biti?. Zagreb: »NAPRIJED« Izdavačko trgovačka radna organizacija; Beograd: »NOLIT« Izdavačka radna organizacija; Zagreb: »AUGUST CESAREC« Izdavačka i tiskarska radna organizacija
3. Maslow, A. i Rogers, C. (1943) u Reckwitz, A. (2017). The invention of creativity: modern society and the culture of the new.
4. Reckwitz, A. (2017). The invention of creativity: modern society and the culture of the new. Malden, MA: Polity. Pribavljeno 13.3.2024. s adrese <https://catalog.loc.gov/vwebv/search?searchCode=LCCN&searchArg=2016043495&searchType=1&permalink=y>
5. Reckwitz, A. (2020). Society of singularities. Cambridge: Medford, MA: Polity. Pribavljeno 13.3.2024. s adrese <https://catalog.loc.gov/vwebv/holdingsInfo?searchId=5850&recCount=25&recPointer=1&bibId=21146235>
6. Moeller, H.G. i D'Ambrosio, P.J. (2018). Sincerity, authenticity and proficility: Notes on the problem, a vocabulary and a history of identity. ResearchGate: Philosophy & Social Criticism. Pribavljeno 8.5.2024. s adrese https://www.researchgate.net/publication/327650192_Sincerity_authenticity_and_proficility_Notes_on_the_problem_a_vocabulary_and_a_history_of_identity