

Varsányi György

A vabi szabítól a kavaii-ig

Kavaii, a „cukiság kultúrája”



Erővid írás témája a japán „kavaii” mai, modern életideáljának a bemutatása és szembeállítás a „vabi szabival”, a japánok eredeti, tradicionális létszemléletével és szépségfelfogásával¹. A kavaii elsősorban a fiatalok kultúrája és önkifejezési eszköze, amiatt azonban, hogy egyre erőteljesebben van jelen a társadalom



minden területén, a középkorúak sem tudják kivonni magukat hatása alól, sőt furcsa módon (később szóba kerülő okokból) még bátorítják is azt. Aligha lehet elképzelni két ennyire ellentétes életfelfogást és azok vizuális megnyilvánulásait, különösen, hogy ugyanabból a japán táptalajból sarjadtak ki.

A kavaii fordítására több fogalmat szoktak használni: nincs bonyolult dologról szó, sem filozófiájában, sem vizualitásában. Jellemző rá a gyermekiesség, az „aranyosság”, a felszíni felhőtlen boldogság, a bájoság, ugyanakkor nem hiányzik belőle egyfajta giccsbe hajló megjelenés, a bugyutaság, a mesterkéeltség, néha még az infantilitás sem, velejárója egyfajta kivagyiság és polgárpukkasztás is – legalábbis azok szerint, akik ellenszenvvel viseltetnek iránta. Ha a legtalálhatóbb kifejezést keressük, az talán a „cukiság kultúrája” lenne, árnyalva a felsorolt jellemzőkkel.

¹ A vabi szabiról már jelent meg két tanulmány a Zen Tükör korábbi számaiban, (2019. 16. szám/tél, 10.-ik oldal és 2020. 18. szám/tavasz, 35.-ik oldal.), ezért az abban foglaltakra itt már nem térünk ki.

A kavaii végeredményben egyfajta lázadó reakció a régi Japán egy mindenki számára világos határokat kijelölő, ám gyakran fojtogató hierarchikus rendjére. Azonban mindent összevetve egy európai szemében a kavaii mégis csak egy érthetetlen, rendkívül idegenszerű színjátéknak tűnik. Nem így a japánok esetében. Sőt, ha igazságosak szeretnénk lenni, a japánok szerint a nyugati kultúra szánalmas, gyökértelen, modortalan, és számukra szinte barbár.



Végül is alig tíz év kellett hozzá, hogy az eredetileg amerikai Barbie baba megjelenése (1959) és Walt Disney rajzfilmfigurái által reprezentált szépség és életideál gyökeret verjen Japánban úgy 1970 körül. Utána jött a már japán „Hello Kitty”, hogy aztán számtalan más karakterrel kiegészülve induljanak diadalútjukra. Maga a jelenség több dolog miatt is

figyelemre méltó. Egyrészt hihetetlen a gyorsaság miatt, amellyel letarolta a hagyományos japán értékek nagy részét a fiatalok körében, elsősorban a saját közösségükön belül, de besegített ebbe az állami- és magánvállalatok lakossággal való kommunikációja, valamint a reklámpar és a TV műsorok milyensége és minősége. Ezek fölött látványosan átvette az uralmat az a fajta elbulvárosodás, amely a kawaii kultúrájának is velejárója. Persze tagadhatatlan, hogy a bulvár megjelenése egy globális világtrendbe illeszkedik, de ahogyan a japánok csinálják, az azért párját ritkítja. Végül is – ha csak szűken vesszük – akkor is legalább ezer év tradicionális kultúráját rengette meg alig több, mint ötven év alatt. Ráadásul ebbe



a rövid időszakba nemcsak az fért bele, hogy az ízlésbeli alapokat eltanulják főleg Amerikától, és azt a helyi viszonyokra alakítsák, majd japán módra tovább csiszolgassák, de még az is, hogy – ha nem is szándékoltan –, de meghódítsanak vele más országokat is, elsősorban Kínát, Dél-Koreát és a Fülöp-szigeteket.

Érdemes azonban megjegyezni, hogy mindez feltehetőleg nem következett volna be, ha a II. Világháború nem végződött volna amerikai győzelemmel Japán fölött, és olyan módon, ahogyan végződött. És ez talán megér egy kis kitérőt.

A japánok meglehetősen ambivalens magatartást tanúsítottak a háborúban elszenvedett vereségükkel kapcsolatban. Egyrészt mint minden legyőzött gyűlöli az ellenségeit és ez így

marad még egy hosszú ideig a háború után is. A japánok esetében azonban ezzel párosult egy ellentétes érzelm is, melynek gyökere az évezredek saját hierarchiájukban vetett hitükön alapul. Ha valaki képes legyőzni őket, akkor az tiszteletet parancsol, hiszen azon a területen kiválóbakknak bizonyultak náluk. Ilyesformán érthető, ami egyébként érthetetlen lenne, hogy hogyan lehetséges az, hogy Tókió utcáin gyakran lehet találkozni US Navy trikós fiatalokkal, hogy a baseball a legnépszerűbb sport, és a whisky a szaké után a legnépszerűbb alkohol, ám nemsokára minden bizonyonnyal átveszi annak vezető helyét. Ebben az ellentmondásban azután érezhetően ott feszül az ellentét a japán múlt dicsőítése, és a jelen útkeresése között, amely egyelőre a technicizálódásban találta meg a kiutat. Önmagában sem ez, sem a kawaii nem egy olyasfajta szellemi válasz, amelyet a középkori Japán tudott adni a különböző utak megteremtése révén a harcművészetektől a tökéletességig fejlesztett kézművességen át a teaszertartásig. Ami pedig a kawaiiit illeti, attól tarthatunk, hogy még a legjóindulatúbb összehasonlítást sem állja ki a tradicionális Japánnal szemben, de még a technicizálódással szemben sem, amelyben legalább ott van a tökéletesség iránti igény.

A gyermekkor vonzereje

A japán gyermekkor maga a tündérvilág a kicsik számára egészen az iskolakezdésig, amikor azonban elkezdődik a felnőttek világába való betagozódás. Addig szinte mindent következmények nélkül megtehetnek, nyaggathatják a metrón az idegeneket, visszautasíthatják a nekik nem tetsző ételt, bolondot csinálhatnak a szüleikből, és ezért legfeljebb egy elnéző mosoly a válasz. Az iskola eljövetelével azonban nagyot fordul számukra a világ. Szinte minden átmenet nélkül csöppennek bele egy olyan közegbe, amely alig különbözik a felnőttek világától, amelyet a társadalmat átszövő bonyolult alá- és fölérendeltségi viszonyok, és a nyugatinál sokkal stresszesebb világ jellemez. Ennek a világnak megvannak a későbbiekben a pozitív oldalai is, de a gyermekek ezt még nem tapasztalják, az átállás nehézségeit viszont igen.

Ezért azután a japán társadalomtudósok nagy része éppen ezt tartja a kavaiai jelenség kiváló okának, amelynek eredményeképpen a kamaszok folytatják gyermekes viselkedésüket,



s miután a társadalmi hierarchiákat nem tudják teljesen felrúgni, a dolog egyre inkább a cukiság irányába fordul. A társadalmi hierarchiakon alapuló berendezkedés ugyan érvényben maradt, de át meg átszövi a kavaiai. S bármilyen furcsa, a konstrukció életképesnek bizonyul: egész iparágak és szolgáltató szektorok épültek a cukiság kiszolgálására, ráadásul ezzel a megoldással elégedett a társadalom, de még a társadalmat formáló hatalom is, mert a problémák nem jelennek meg a magukendőzetlenségében. A fiatalok valós megoldások keresése helyett inkább egy álomvilágot építenek, amely lehetővé teszi azt, hogy mintegy bebábozódjanak egy gyermeki állapotba, ahol megbocsájtóbb a számonkérés egészen a harmincas éveikig, vagy akár azon túl is, gyakran a szülői ház védelmében élnek, egyharmaduk gyermeket sem akar, a világ általános problémái nem érdeklik őket, de semmi baj, hiszen olyan „cukik”, ráadásul a társadalom egésze, így az idősebbek is támogatólag viselkednek.

A kavaiai a felmérések szerint a leggyakrabban használt szó Japánban.

Ha teljesen reálisan szeretnénk nézni a dolgot, azért hozzá kell tennünk, hogy a kavaiai egyelőre egy szubkultúra, ami azonban már átítatta a fiatalok öltözködését, a szórakozóhelyek világát, a szóhasználatot, ám egyelőre csak a nagyvárosokban terjedt el igazán. Azonban eddigi útját tekintve biztosak lehetünk abban, hogy még korántsem érte el lehetséges népszerűsége csúcspontját.

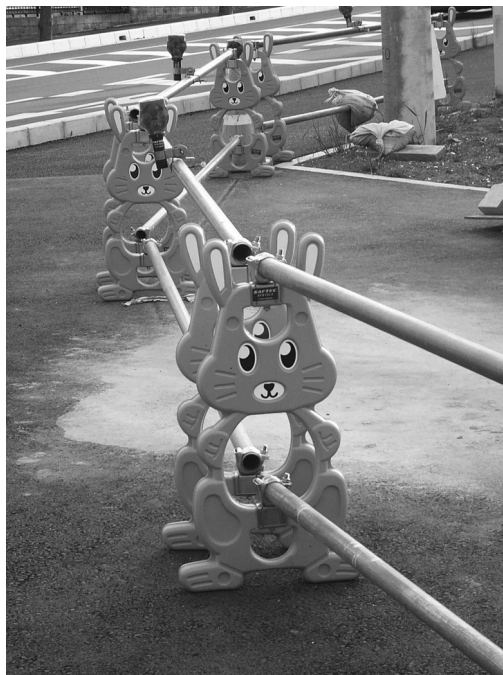
Az, hogy a társadalom nemcsak tolerálja, hanem egyenesen bátorítja, azt mi sem bizonyítja jobban, minthogy a felnőttek világa is kezd bizonyos keretek között átvenni a kavaiai. Japán 47 prefektúrája mindegyikének megvan a maga „imádnivaló” kabalafigurája, csakúgy, mint a hivatalos szervezeteknek, mint például a gázműveknek, a nemzeti parkoknak, a közszolgálati televíziónak, a tokiói rendőrségnek.

Most sajnálhatjuk igazán, hogy az ezen írásban szereplő képeket nem tudjuk színesben élvezni: a kavaiai valóságos színekavalkád jellemzi, a rózsaszín mindent visz, de jellemző rá a sárga és narancssárga összes árnyalata, emellett a pasztell színek tobzódása, a lányok ruháin fodrocskák, masnik, telefonfityegők,



bolyhos táskák, és rengeteg cuki kis állatfigura díszít mindent, a szivárvány összes színében. Különösen érdekes ez annak fényében, hogy a hagyományos vabi szabi szépségfelfogás nagy ívben kerülte a ríktó színeket, szinte kizárólag tompa földszíneket alkalmazott a szerénység és a földi dolgok iránti visszafogottság jegyében.

Mindazonáltal vannak kritikussai is a kavaianak. Akkora a szakadék a régi tradicionális élet-



felfogás és szépségideál között, hogy valójában nincs semmilyen átjárás a kettő között. A kawaii védelmezői azt az érvet szokták felhozni, hogy a régi Japánban is megvolt e kultúra előképe és már a 11. században is készítettek a mai kawaiihoz hasonló stílusú babákat, ám ez több mint felületes és erőltetett. Mint ez eddigiekből is kiderült, a kawaii egy komplex életérzés, nem pedig néhány baba, melyet annak idején netán némileg élénkebb színekkel készítettek a gyermekeknek.

Hova vezethet a kawaii kultúrája?

Mindenekelőtt feltehetőleg ki lehet jelenteni, hogy az ősi tradicionális szépségfelfogás, a vabi szabi a maga egyedülállóságában az egyike a legkifinomultabb tárgykultúrának, s háta mögött a Zen ideológiájával egy példa nélkül álló komplex világlátás és önmegvalósítási út még ma is. Ezzel szemben a kawaii nélkülözi mindent. Öncélú, semminemű együttműködési hajlandóság nem jellemzi (leszámítva a kawaii-fanok összetartását), de még riasztóbb lehet a jövője. Az egyetlen dolog, amiben a szociológusok reménykednek, az az, hogy a kawaii-gyermekek egyszer ki fogják nőni, túl fognak lépni

ezen az életformán, és „hasznos” tagjai lesznek a társadalomnak, betagozódnak a hierarchiába. Azonban mára már az eddig jól bevált hierarchia sem működik túl jól a legmodernebb piacgazdaság és világverseny közepette. Azonban a kawaii színrelépésével még tovább gyengültek a társadalom támasztékai, és minél idősebbek lesznek a kawaii-gyermekek, feltehetőleg annál inkább eszkalálódik tovább a „cukiság kultúrája”, és egyre nehezebb lesz visszalépni belőle.

Van azonban egy még nagyobb gond a kawaiiival. Ez pedig az, hogy a tradicionális japán társadalom mindig is értékorientált volt. Nemcsak megbecsülték a tökéletességre törekvést, hanem az volt minimálisan elvárható alapállás. Ismerték és becsülték az áldozatot, azt a fajtát,



amely szolgálatában áll valami magasabb rendűnek, amely túlmutat a személyes érdekeken. Ismerték a „megszentelt” életet, annak nem feltétlenül vallási értelmében. A teaszertartás például tökéletesen kifejezi mindezt, noha szavakkal nehéz lenne körülírni, hogy miben is áll a megszenteltsége. A kawaii esetében erről nincs szó. Nem áll mögötte semmi, de előtte sem. Minden bizonnyal tovább terjeszkedik, vertikális nyitásra azonban nem látszik esély. Attól tarthatunk, hogy valami fontos dolog enyészik el a szemünk láttára a vabi szabi háttérbe szorulásával. 