

A mediálisan színre vitt „privát lét”. Az egyéni identitás és az intimitás én- és kultúrtechnikái az 1980-as évek videó-avantgárdjában és a kortárs közösségi médiában

Absztrakt

Ha praxiselméleti szempontból olvassuk Ole Nymoen és Wolfgang M. Schmitt az influenzerekről szóló 2021-es Suhrkamp-bestsellerét, akkor számos bizarr praxisforma leírásával találkozhatunk. A legtöbbjük meghökkentő jellegét az adja, ahogyan összefonódnak bennük a mediális és a gazdasági jellemzők a privát szférával. Ezen praxisformák egyike – és szó szerint is legszembevetőbbike – az influenzerek szűrő- és effekthasználata, ahogy a különféle szoftveres szűrőket és vizuális effekteket saját, mediatizált személyes identitásuk megalkotására használják fel. A kortárs médiaantropológiában és kultúratudományokban az ilyen praxisformákat nevezik én- és kultúrtechnikáknak (Macho, Foucault). Joggal merül fel a kérdés, hogy vajon a személyre szabott filterek és speciális effektek használata vagy épp a ház-, lakás-, szobabejáró YouTube-videók, azaz a kvázi-nyilvános médiatér identitás- és intimitásképző praxisai először az influenzerkultúrával jelentek-e meg. Bódy Gábornak egy 1985-ben, a nyugat-berlini DFFB speciális effektek workshopján elhangzott gondolata és két, a későbbi német popteoretikus Diedrich Diederichsen nevéhez köthető Infermental videó segítségével amellet kívánok érvelni, hogy a közösségimédia-platformok „kvázi-nyilvánossága” és az ott színre vitt egyedi identitás és intimitás audiovizuális praktikái médiaarcheológiai „mélyidővel” (Zielinski) rendelkeznek. Ha ez így van, az új fényt vet a videó-avantgárdra is, amennyiben az nem egyszerűen az utolsó 20. századi avantgárd mozgalmak egyike, de korai kultúrtechnikai praxisai révén egyúttal része a mai szociális média, illetve influenzerkultúra genealógiájának is.

Szerző

Keskeny András tanulmányait az Eötvös Lóránd Tudományegyetemen és az Eötvös József Collegiumban, a Moholy-Nagy Művészeti Egyetemen és a Bielefeldi Főiskolán, a berlini Humboldt Egyetemen és a Pécsi Tudományegyetemen folytatta. 2014–2015 között a berlini Universal Music Group Germany projekt munkatársa. 2015–2018 között a *Photo-Objects* című etnográfiai, archeológiai és kultúratudományi kutatási projekt munkatársa a Berlini Állami Múzeumoknál. 2017–2019 között óraadó a Humboldt Kultúratudományi Intézetében. 2022-től az

<https://doi.org/10.31176/apertura.2023.19.1.2>

A mediálisan színre vitt „privát lét”. Az egyéni identitás és az intimitás én- és kultúrtechnikái az 1980-as évek videó-avantgárdjában és a kortárs közösségi médiában

A közösségi média gyakorlatai mint én- és kultúrtechnikák ^[1]

Ha praxiselméleti szempontból olvassuk Ole Nymoen és Wolfgang M. Schmitt az influenszerekről szóló 2021-es Suhrkamp-bestsellerét, ^[2] akkor számos bizarr praxisforma leírásával találkozhatunk. A legtöbbjük meghökkentő jellegét az adja, ahogyan összefonódnak bennük a mediális és a gazdasági jellemzők a privát szférával. Ezen praxisformák egyike az influenszerek szűrő- és effekthasználata, vagyis az a sajátos mód, ahogy azokat a saját, mediatizált személyes identitásuk megalkotására használják fel.

A két szerző így ír a jelenségről:

Az influenszerek technikai eszközökkel olyan identitást hoznak létre, amely az egyéniség [*Persönlichkeit*] benyomását kelti, még akkor is, ha a reklámparban »egyéniségről« [*Personality*] beszélni a márkaépítést jelenti. Ami így létrejön, az a filteridentitás. Azok, akik létrehoznak egy saját filtert, amivel minden fotót némi magenta árnyalattal láthatnak el, mindent egy álstílusnak rendelnek alá, ami állítólag növeli a felismerhetőségüket és tanúskodik az egyediségükről [*Individualität*]. ^[3]

A különféle szűrők és effektek, például a *vintage*-hatások alkalmazása a közösségi médiában posztolt fotókon és videókon, ahogy tágabb értelemben valójában minden vizuális, auditív vagy audiovizuális affektív elem, egyszerre szolgálhatja a személyes márkaépítést, a(z audio)vizuális ikonteremtést és a szociokulturális identitásképzés gazdasági, esztétikai és kulturális funkcióit. Méghozzá anélkül, hogy ezek – legalábbis az influenszerkultúrán belül – maradéktalanul elválaszthatóak lennének egymástól. A szerzők leírásából tehát egy összetett praxisforma képe bontakozik ki, ami – legyen a végeredmény szerintük mégoly kétes is – az egyediség, egyéniség érzetének felkeltését, ezen keresztül az egyéni identitás és az intimitás mediális megteremtését, az önreprezentáció céljait szolgálja.

Az én- és a kultúrtechnikák fogalma

Kultúrtechnikáról a kortárs médiaantropológiában és kultúratudományban akkor szokás beszélni, amikor kulturális praktikák mediális technikákkal kapcsolódnak össze, s így alkotnak egy önálló praxisformát vagy praxisegyüttest. ^[4] Ebben az értelemben klasszikus és egészen archaikus kultúrtechnikáknak számítanak a rajzolás, festés, az írás és olvasás vagy a számolás és a matematikai műveletek végzése. Ezek mindegyikéhez eszközökre, a szó tág értelmében közvetítő médiumokra van szükség, például a számolás esetében kövekre vagy üres és terménnyel teli korsókra, de médiaantropológiai értelemben mindenképp egy számolni képes élőlényre, annak agyára és testére. ^[5]

Hogy az írás és olvasás – térben és időben eltérő – kultúrtechnikájáról vagy az azokból levezethető komplexebb, kulturálisan még sajátosabb kultúrtechnikákról beszélünk-e, az elsősorban attól függ, hogy a fogalom médiaantropológiai vagy kultúratudományi karakterét kívánjuk-e hangsúlyozni. Mint Thomas Macho megjegyzi, „[n]em csak a betűk, képek és számok vezethetők vissza az olvasás, az írás, a számolás és a matematikai műveletek végzésének alapvető technikáira, hanem általánosságban is megállapítható, hogy a művészet és a média kulturális technikák kései manifesztációi.” ^[6] Vagyis a modern médiatechnológiát vagy a művészetet nem csak médiaantropológiai értelemben lehet önálló kultúrtechnikáknak tekinteni, hanem kultúratudományi értelemben ezek is kultúrtechnikai eljárások, praxiselméleti értelemben pedig az azokhoz kötődő gyakorlatok sokaságaiból állnak össze.

Én tehát abban a praxiselméleti értelemben tekintem a közösségimédia-felhasználók szűrő, effekt és affektív motívumainak használatát kultúrtechnikának, ahogyan a két szerző leírta, vagyis egy átfogóbb praxisforma részeként. Ez az átfogó kulturális praxis és annak gyakorlatai, amennyiben azok az individualizáció, az egyediségre törekvés és a kortárs identitáskultúra eszközeivé válnak, kimerítik egy másik elméleti fogalom, az én-technika definícióját is.

A fogalmat eredetileg Michel Foucault vezette be, aki így ír az én-technikákról:

Azokra a végiggondolt, akaratlagos gyakorlatokra gondolok, amelyekkel az emberek nemcsak magatartási szabályokat írtak elő maguknak, hanem amelyek révén igyekeztek átalakítani is önmagukat, megváltozni egyedi létükben, és életükből olyan művet alkotni, amely bizonyos esztétikai értékeket hordoz, illetve bizonyos stíluskritériumoknak is megfelel. ^[7]

Eszerint az én-technikák egyfajta összetett és korlátozó szabályrendszert feltételeznek, ami mentén az egyén – kemény munka és „öneltárgyasítás” árán – egy esztétikai, stílári alapon szerveződő eszményi ideál beteljesítőjévé, hovatovább műalkotássá formálja önmagát és saját életét, önnön létét. Ez az önmegformálás vagy önmegmunkálás azonban csak egészen speciális

értelemben művészet, amennyiben nem a *techné* értelmében vett művészet, hanem a technikai módszerek „másodlagos”, származtatott művészete. Az én-technikák Foucault-nál nem pusztá gyakorlatok, hanem bonyolult és összetett eljárásmodok, azaz technológiák, az önmegművelés eljárásmodjai. Ha lehet ilyet mondani, a „nyers” én feldolgozásának iparműtanai. [8]

Épp ezért az én-technikák jelentése Foucault-nál ambivalens. Az egyén rajtuk keresztül, így például a naplózás gyakorlatán keresztül veti alá magát a biopolitika – valamint, tehetnénk hozzá Byung-Chul Han nyomán, a pszichopolitika – elvárásainak, [9] miközben egyúttal az attól való szabadulás ígértét és kísérleteit is magukban foglalják. Ez az a kettősség, amit Andreas Reckwitz a szubjektum modern fogalmi tradíciója kapcsán az „alávetett alávető” és az „alávető alávetett” paradoxonjaiként fogalmaz meg. [10]

Reckwitz az én-technikák fogalmát a szubjektum modern kultúráiról kidolgozott elmélete felől árnyalja, illetve tágítja ki. [11] Szerinte az én-technikák nem kivételes vagy különleges praxisformák, és nem is feltétlenül az egyén feletti hatalmi manipulációk eszközei, hanem a modernitás szubjektumkultúráinak elengedhetetlen és teljesen hétköznapi alkotóelemei.

A modern szubjektum én-technikáinak egy része ezért szükségszerűen és mindig a kor aktuális kultúrtechnikáihoz kötődik. Értelmezésében többek között

[a]z olvasás és írás, a film- és tévézés, végezetül a komputerhasználat [...] én-technikák [...], amelyekben a szubjektum a jelszekvenciák észlelése során bizonyos mértékig önmagával foglalkozik – azok a művelődés, a művelvezet, a személyes fejlődés, a kikapcsolódás vagy a játék öncéljait szolgálják. [12]

Reckwitz ezzel nem pusztán felpuhítja az én-technikák foucault-i fogalmát a művészi önformálástól a művelvezet, a kemény munkától a szórakozás, a szigorú, korlátozó szabályoktól a játék irányába, hanem arra is rámutat, hogy az olyan kultúrtechnikáknak, mint az írás és olvasás, a film- és tévézés vagy a digitális technológiák kezelése, mindig vannak én-technikai funkciói is.

A privát lét színre vitele a közösségi médiában

A legtöbb közösségimédia-platform nem más, mint korábbi én-technikai műfajok újragondolt internetes variánsa. Ennek a Facebook az első számú, ideáltipikus példája. A Facebook, ahogy arra neve is utal, a naplózás én-technikai műfaját keresztezi a családi fotóalbum egyszemélyivé alakított műfajával, és így hoz létre az internet közegébe átültetett régi-új én-technikai eszközt. [13] Végeredményét tekintve mindegy, hogy az egyén azért van-e jelen saját személyes profillal a közösségimédia-platformokon, mert gazdasági megfontolásokból épít személyes márkát, vagy azért, mert éhezik a *like*-okra, az ún. digitális reputációra, [14] esetleg – mint az influenszerkultúra esetében – egyszerre mindkettő. A lényeg, hogy ott különböző célokkal, de mindig saját magát,

személyiségét, énjét és ezen keresztül önmagát mint privát szubjektumot viszi színre.

A vizuális, auditív és audiovizuális hardverek és szoftverek alkalmazása az egyszeri felhasználók előtt is megnyitják annak lehetőségét, hogy saját (audio)vizuális ikonjuk, személyes esztétikájuk tömeges gyártásába kezdjenek. Korábban az egyéni esztétikai stílus vagy egy-egy mediális ikon nyilvános megteremtése csak a művészeknek, a popsztároknak és a médiaszemélyiségeknek állt módjában. A közösségi médiában azonban mindenki *per definitionem* „nyilvános” médiaszemélyiség, aki az online platformokon valós személyként saját személyes profil(oka)t gondoz, és azt nyilvánosan is hozzáférhetővé teszi.

Ezért a közösségi médiában a privát szféra és a nyilvánosság nem különül el egymástól, hanem kibogozhatatlanul szövődik egymásba. Hogy a közösségi média platformokon belül és kívül ki mit láthat, vagy nem láthat az egyes profilokból és azok tevékenységéből, az számos tényező függvénye, így mindenekelőtt az egyedi beállítások, a hálózati logika, a keresőmotorok és az algoritmusok mátrixaié. A közösségi média ezáltal képez egy eredetileg a hálózati logikára épülő, a platformok fejlődésével azonban egyre komplexebb „kvázi-nyilvánosságot”. Ennek a közösségimédia-platformok esetében megfigyelhető, ám általánosságban az online terekre is kiterjeszthető, egyszerre félig privát, félig nyilvános, félig nem privát, félig nem nyilvános kvázi-nyilvánosságnak az átláthatatlan bonyolultságát csak tovább fokozza a piaci-céges és az állami-intézményi szereplők, valamint maguk az influenszerek mint egyszerre privát és gazdasági szereplők jelenléte.

A különféle effektek, affektív elemek identifikációs eszközként való használata a közösségi médiában mindazonáltal csak az egyike azon én- és kultúrtechnikai praxisformák sokaságának, amelyek a virtuális online terekben is képesek megteremteni az egyediség és a személyes intimitás érzetét. Ezen gyakorlat és a kor legtöbbet alkalmazott, ezért paradigmaticusnak tekinthető én-technikája, a szelfi mellett rendkívül népszerűek például a ház-, lakás- vagy szobabejáró YouTube-videók is. Gyakorlatilag nincs olyan *lifestyle* influenszer, akinek a videói között ne lenne legalább egy ház-, lakás- vagy szobabejáró videó. Az ilyen videók készítése mondhatni a *lifestyle* influenszerlét lényegéhez tartozik, annak elengedhetetlen műfaji, kulturális és gazdasági eszköze. Mint ilyen nem csak én- és kultúrtechnikai praxisforma, hanem esztétikai és audiovizuális műfaj is, aminek megvannak a mára már letisztult és helyel-közzel standardizálódott műfaji szabályai, bevett toposzai. Ilyenek például a kamerával a bemutatandó helyiség ajtaján való áthaladás vagy a fürdőszobába benyitva, az ott „véletlenül” fürdőköpenyben meglepett feleség, barátnő vagy lakótársnő visszatérő és a privát tér intimitását hangsúlyozó toposza.

Joggal merül fel a kérdés, hogy honnan is származnak, és milyen idők a mai identitáskultúra én- és kultúrtechnikai praxisformái. Ahogy az is, hogy vannak-e kultúrtörténeti előzményei az internet és a közösségi média hálózati alapon szerveződő kvázi-nyilvánosságának. Tekintettel a kérdés összetettségére, a tanulmány keretei között mindössze egyetlen történeti metszéspontra hívnám fel a figyelmet. Ezt a metszéspontot az 1980-as években a videó-avantgárd, a videoklip-

kultúra és a korai fogyasztói videókészítés kölcsönhatásai adják. Mielőtt rátérek ezek bemutatására, röviden kitérek az általam alkalmazott módszertanra.

A médiaarcheológiai mélyidő-kutatás módszertana

A médiaarcheológiai „mélyidő” Siegfried Zielinski metaforája. Zielinski ezzel a metaforával egyszerre kívánja leírni a különféle médiatechnológiák történeti konstellációinak összetett szerkezetét és archeológiai feltárásának speciális módszertanát.

Amikor a kutatónak a mediális konstellációk mélyidejében való mozgásáról beszélek, akkor azon nem retrospektív áttekintést értek és legkevésbé sem a kultúrpeszsimisták meghívását a nosztalgiára. Épp ellenkezőleg, ennek során olyan helyzetekkel fogunk szembesülni, amelyekben a dolgok és viszonyok még nem szilárdultak meg, amelyekben az opciók a különböző fejlődési irányokba még nyitva álltak, és amelyekben a jövő különböző médiavilágok technikai és kulturális megoldásaiként lett volna elképzelhető. [15]

A médiaarcheológiai „mélyidő” tehát nem hagyományos genealógia. Nem fejlődési vonalakat, hanem metszési és törési pontokat tár fel. A történeti tények utólagos evidenciája helyett azok esetlegességére koncentrál. Az alábbiakban kultúratudományi hangsúllyal, de én is ezt a módszert fogom alkalmazni. Néhány olyan metszéspontot kívánok bemutatni az 1980-as évek első feléből, ahol a videó-avantgárd művészeti praktikái, a popkultúra rajongói és sztár csináló technikái, valamint a fogyasztói videó-készítés én- és kultúrtechnikái nagyon hasonlóan kapcsolódtak össze, mint évtizedekkel később a közösségi médiában. Az általam feltárni kívánt metszéspontok Bódy Gábor gondolataihoz és az *Infermental* videokazetta-magazinhoz kötődnek.

A speciális effektek, az amatőrök és az *Infermental*

Bódy 1985 februárjában a nyugat-berlini Német Film- és Televízió Akadémia speciális effektek workshopján kiemelt jelentőséget tulajdonított a vizuális effektek jövőjének. „Érdekesnek találom a kérdést, hogy ezek a speciális effektek hogyan képesek új műfajokat, vagy egyfajta nyelvet vagy stílust, vagy egyfajta ízlésirányzatot kiváltani” – mondja Bódy a fennmaradt felvételen. [16] Majd így folytatja:

Az elmúlt három napban egészen eddig tulajdonképpen arról volt szó, hogy a speciális effektek egyfajta technológia, amit [a filmiparban] bizonyos problémák megoldására alkalmaznak. De kevés szó esett arról, hogy [a filmiparon kívül] tulajdonképpen miféle irányzatok és miféle ipar hasznosíthatja még őket? Számomra egyértelmű, hogy az 1980-as évek radikális változást hoz a videotechnika révén, és a speciális effektek kérdése a nagy és tőkeerős stúdiókön kívüli kérdéssé válik, akár független produkciók számára is, azaz a

relatív kis pénzzel rendelkező emberek számára is, akik különböző formátumokban, klipekben, televízióban, szubjektív műfajokban alkotnak. [17]

Bódy tehát összekapcsolta a speciális (ti. a videó) effektek potenciális ízlésirányzat-teremtő hatását azokkal a filmiparon kívüli mozgásokkal, amelyek az 1980-as években a fogyasztói videotechnika terjedése kapcsán voltak megfigyelhetőek. De vajon mire gondolhatott itt pontosan?



Heinz Rath sack és beszélgető partnere, Bódy Gábor a DFFB speciális effektek workshopján, 1985. február.

Figyelemre méltó, hogy a Német Film- és Televízió Akadémia workshopján, ahol a hallgatóságban ott ült a speciális effektek tekintetében konzervatív szakmai nézeteket valló Alfred Whitlock is, a Hitchcock-filmek trükkmestere, [18] Bódy nem új iparágakat vagy stílusirányzatokat nevesített, így például az akkor újdonságnak számító zenei és kereskedelmi televíziós csatornákat vagy a rock- és popvideók új esztétikai irányait, ahogy a beszédhelyzet és az általa feltett kérdés alapján várható lett volna; hanem a „kis pénzü emberekről” beszélt, és arról, hogy ezek az emberek akkoriban milyen formátumokban alkottak. Bódy nyilvánvalóan a videóművészekre és az amatőr videósokra akart így utalni, [19] valamint az általuk létrehozott munkákra, amelyek a korban jobbra korlátozott nyilvánossághoz jutottak, és gyakran helyi televíziók műsoraiként, fesztiválokon vagy csupán szűk baráti körben bemutatott videóklipként vagy valamilyen egyéb, a klasszikus műformák konvencióit negligáló formában készültek.

A videotechnika az 1980-as évek közepére a technológiailag fejlett, jóléti országokban az egyszeri fogyasztók számára is egyre szélesebb körben volt elérhető. Ahogy Bódy 1984. december 12-én egy Peternák Miklósnak adott interjúban maga fogalmazott, a korban „annyira már fel van szerelve Nyugat-Európa, hogy a minőség [...] évről évre ugrásszerűen javul és profivá válik.” [20] A televíziós reklám- és programkínálatból akár egy videómagnó segítségével is létre lehetett hozni „kultúrkritikai” montázsvideókat, [21] ám valamivel nagyobb privát, céges, alapítványi vagy közösségi büdzsével a különféle árkatóriájú és tudású vágóberendezések és az azokat kiegészítő hangtechnikai és számítógépes egységek sem voltak már teljes egészében elérhetetlenek vagy

megfizethetetlenek, magukról a videokamerákról nem is beszélve. A professzionális és amatőr videókészítőknek így technológiai és esztétikai értelemben fokozatosan egyre több lehetőség állt a rendelkezésére, beleértve a videóeffekteket és (főleg az évtized második felétől) a komputergrafikai animációkat is.

Ennek a képlekeny és kultúrtörténeti szempontból kivételes átmeneti korszaknak az egyik kiváló példája az 1979-ben alapított kölni Tag/Traum produkciós stúdió története. ^[22] A cég alapítói, Thomas Schmitt és Gerd Haag kezdőtőkéjüket videotechnikai berendezésekbe fektették, amit aztán különféle televíziós csatornáknak adtak bérbe. A videóstúdió szabad kapacitásait előszeretettel vették igénybe a kölni művészeti szcéna tagjai és olyan videóművészek is, mint Bódy Gábor is, aki az *Either/Or in Chinatown* (1984) és a *Dancing Eurynome* (1985) című videóinak részben már digitális utómunkáit itt készítette el. Thomas Schmitt azonban számos saját projektet is vitt. Ezek egyike volt az a tízrészes tévéadás-sorozat, amit a WDR *Freistil* (*Szabad stílus*) címmel mutatott be. Az 1989 és 1992 között futó adássorozat a címéhez híven a korban meglehetősen szokatlan, alternatív módon összehalmozott tartalmakkal jelentkezett, így például egy *heavy medal* videóklip és egy filozófus monológjának összemontírozásával.

Bódy ezért írhatta úgy körül a videotechnikát az 1983-ban a DAAD nyugat-berlini galériájában rendezett kiállításán mondott beszédében, mint a „kameratöltőtoll” régi-új eszményének megvalósulását, ^[23] melynek segítségével az audiovizualitás nyelvén való kommunikáció ugyanolyan könnyeddé és kötetlenné vált, mint a töltőtollal való írás. Szerinte a fogyasztói videotechnika megjelenése

végso soron nem jelent mást, mint egy [...] olyan nyelv felszabadítását, amelyet eddig a mozi és a tévé tömegkultúrája formált és részint el is torzított. Most a szekularizált irodalomhoz és a képzőművészethez hasonlóan személyessé, s ezzel magától értetődően a tömegkultúrát tevékenyen inspiráló tényezővé is válhat.

Kötetlenség és intimitás; ez a kettősség és ami ezzel együtt jár: a visszatérés a moziterem szennyéből, a múzeumok és galériák rideg berendezettségétől abba a meghitt körbe, ahol a monitor mögött bárpult és pálma áll, előtte pedig kényelmes fotelek, ez a két dolog adja számomra ennek az új kultúrának a fényét. ^[24]

Bódy a videotechnika kapcsán tehát egy új, a mozin és a televízió adásain, sőt a képzőművészeti galériák falain kívüli kultúrát vizionált. Úgy vélte, hogy ez az új kultúra, amit az elektronikus és digitális médiatechnológiáknak a fogyasztói piacok irányába való fejlesztései tettek lehetővé, együtt jár a kötetlenség, személyesség és intimitás megteremtésének mediális lehetőségeivel is. Méghozzá azért, mert a művelése a privát terekben, privát személyek által valósul meg, vagy legalábbis úgy is megvalósulhat.

„Tudatában vagyok, hogy sokan csak zenei vagy képzőművészeti tevékenységük kiterjesztését látják a kazettában, mások számára pedig főleg a dokumentáció és a dekonstrukció hatékony eszköze. A magam részéről azonban remélem, hogy irodalmat csináltatok vele” ^[25] – mondta a

beszédében. Egy 1984. december 12-én Peternák Miklósnak adott interjúból részletesen is kifejtette, hogy a videóművészet jövőjét – a videokazettáknak, és még inkább a jövőbeni videólemezeknek köszönhetően – hosszútávon az irodalomhoz hasonló formában, nem pedig a képzőművészeti galériák falai között tudja elképzelni, ahogy az az 1970-es évek végéig még egyeduralkodónak számított. A videó, hangsúlyozta 1983-as kiállítási beszédében, „[o]lyan *irodalom*, amelyet egyidejűleg többen is olvashatnak. Azonban mégsem többen 3–7 személynél, különben színház vagy installáció.” [26]

Bódy a fogyasztói videotechnikát és annak új, akkor még éppenhogy csak formálódóban lévő kultúráját összességében tehát az írás és olvasás kultúrtechnikai gyakorlatainak a mintájára gondolta el. Tekintettel Bódy szemiotikai érdeklődésére ez nem lehetett véletlen. A videókészítést audiovizuális szövegírásként, míg a videónézést audiovizuális szövegolvasásként értette, aminek adott esetben lehetnek hivatalos, funkcionális, művészi, privát vagy közösségi célú felhasználási módok is. Bódy tézisét posztumusz megerősítheti, amit a videóteoretikus Dieter Daniels egyik, 2021-es tanulmányában írt, ti. hogy a „videó bizonyos értelemben kóborol a médiatechnikai formátumok és a kulturális és ipari kontextusok között, virulens az interneten, és nincs stabil diszpozitívja.” [27] Márpedig ez azért lehetséges, mert a videó valójában nem elsősorban médiatechnika, ahogy önmagában az írott szöveg sem az, bármilyen mediális hordozó őrzi is azt, hanem kultúrtechnika, az audiovizualitás kultúrtechnikája.

Mint Thomas Macho megjegyzi, „[a] kultúrtechnikák mindig régebbiek, mint azok a fogalmak, amelyeket belőlük származtatnak.” [28] Bódy nyilatkozatait tehát úgy is lehet olvasni, hogy azokban még a megfelelő fogalmi készlet híján, de már a fogyasztói videotechnika lehetőségei által megteremtett én- és kultúrtechnikai praxisokat és azok gyakorlatait akarta körülírni.

Ha komolyan vesszük a Bódy által felállított analógiát az írás és olvasás, valamint a videókészítés és -nézés médiaantropológiai kultúrtechnikái között, akkor a én- és kultúrtechnikai gyakorlatok szempontjából a régebbi, már kialakult praxisformák átvitele az új videotechnikára ugyanúgy elképzelhető kulturális lehetőség, például a videónapló-készítés esetében, mint teljesen új technikák kialakulása, például a Bódy által emlegetett speciális effektek összefüggésében. Bár a Bódy által adott analógia szerint a szűrők és effektek használata tulajdonképpen megfeleltethető a tipográfiának és szövegdesignnak és azok mai, fogyasztói én- és kultúrtechnikai funkcióinak is. [29]

A kérdés ezért elsősorban nem az, hogy hol vannak a Bódy által alkalmazott analógia határai a két kultúrtechnika között, hanem az, hogy a vizuális, auditív vagy audiovizuális affektív elemek és effektek – hasonlóan az írott szövegek tipográfiai designjához – mikor kezdtek el a fogyasztói kultúra és a kortárs identitáskultúra identitásképző eszközeivé átalakulni. Magyarul, hogy Bódy láthatott-e már olyan én- és kultúrtechnikai praxisformákat, ha pedig igen, vajon hol és mennyiben hasonló kontextusban, mint amilyenekkel ma a közösségi médiában és az interneten találkozhatunk?

Az Infermental és annak kvázi-nyilvánossága

1981-ben nem csak az MTV zenei televízió csatorna adásai indultak útnak az Egyesült Államokban, hanem a Bódy által társalapítóként jegyzett nemzetközi videókazetta-magazin is, az *Infermental*. Bódy tapasztalatai (a televíziós programok mellett) elsősorban tehát három másik forrásból táplálkozhattak még: magából a videószcénából, a különféle fesztiválokból, és (nem utolsó sorban) az *Infermental* addig megjelent számaiból. Bódy tehát ezek alapján kapcsolta össze az amatőröket, a videóeffektek ízléskultúráit és az új szubjektív műfajokat egyetlen nagyobb összefüggésrendszer elemeivé.

Az *Infermental* mint videókazetta magazin ötlete nem volt, a korban egész egyszerűen már nem lehetett Bódy teljesen önálló ötlete. Az *Infermental* 1981. március 19-én, Budapesten kelt alapító dokumentumát és az 1981 októberében a Mannheimi Filmfesztiválon kiadott alapító kiáltványát különféle keleti és nyugati országokból többen is aláírták. Ám hogy a papíron megfogalmazott tervek közül végül valóság lett, ^[30] hogy az első számok megvalósultak, ^[31] hogy az *Infermental* működése hálózati logikán alapult, ^[32] és egyáltalán tíz évig fennállt, ^[33] minden kétséget kizáróan Bódy Gábor és felesége, Baksa-Soós Veronika tehetséges szervező tevékenységének volt köszönhető. Az *Infermental* abban az értelemben valóban a világ első számú videókazetta-magazinja volt, hogy ez volt a legfontosabb és a legszélesebb körben ismert és elismert videókazetta-magazin a világon, ami egy egész évtizeden át, 1981-től 1991-ig képes volt életben maradni.



Az Infermental lógója plakáton, 1980-as évek.

Bódy a Peternáknak adott interjúban így magyarázta az *Infermental* megvalósulásának szükségességét:

Mindenképp akartam egyet [ti. egy videókazetta-magazint] csinálni – gyakorlatilag úgy született meg, hogy az *Amerikai anzixszal* és részben kísérleti filmekkel utaztam. [...] Rengeteg fesztiválon jártam, sokat utazgattam, és természetesen megismerkedtem

rengeteg fiatalal. Fiatal emberekkel, akiknek a film tetszett, s akkor látszott – amit úgyis tudott az ember –, hogy van egy világméretű, de eléggé elszigetelt: helyi kultúrákra és helyi szubkultúrákra épülő aktivitás. Egymásról nem nagyon tudnak, és nem létezik számukra csatorna, igazi terep, mert a fesztivál nem az, még arra sem, hogy a művészek találkozzanak egymással, nincs is olyan sok belőle, s még kevésbé alkalmas arra, hogy a közönséggel találkozzanak. A magyarországi helyzet még további elszigeteltséget jelent, de akkor láttam, hogy kint is eléggé elszigeteltek. [...] Nagy aurája volt az egésznek [a kísérleti filmnek, az underground vagy avantgárd filmnek], de nem volt nagyon jó közössége, bemutatási lehetősége. [...] Úgyhogy akkor tudtam – ez a film megmutatta –, hogy ez mint helyi kultúra, szubkultúra létezik, és azt is megmutatta, hogy van egy azonosság, van egy azonos nyelv, amely teljesen spontán fejlődik. [34]

Az *Infermental* létrehozásában Bódyt tehát mindenekelőtt két megfontolás vezérelhette. Egyfelől az a gondolat, hogy a videó az írás kultúrájához hasonló új kultúra, másfelől az a felismerés, hogy hasonlóan ahhoz, ahogy az 1970-es években az experimentális, underground vagy avantgárd filmeknek világszinten megvoltak a helyi, elszórt szubkulturái, úgy az 1980-as évek legelejére már a videónak is léteztek lokális kulturái, amelyek egy olyan közvetítő médium nélkül, mint a videokazetta-magazin, nem képesek egymással kapcsolatba lépni, eszmét cserélni és kommunikálni. [35]

Joggal merül fel a kérdés, hogy kik voltak ezeknek a „videó-szubkulturáknak” a tagjai és milyen videókat lehetett tőlük az *Infermental*-ban látni. Egyáltalán, hogyan nézett ki, milyen volt a felépítése annak a nyilvánosságnak, amit az *Infermental* nemzetközi szinten így megteremtett?

Bódy személyes közelítése a videotechnikához elsősorban művészi, alkotói, azon belül is filmes, a filmszakma felől érkező volt, ugyanakkor köszönhetően annak a budapesti neoavantgárd szubkulturális recepció közösségnek, [36] amelynek egyszerre volt hálózati szervezője és besúgója, egyúttal avantgárd szellemiségű is volt. Az 1980-as években még világszerte kitartott a 20. századi avantgárd mozgalmak és az azokat lehetővé tevő klasszikus elitkulturális attitűd művészeti és kulturális pártosa. A posztmodern korszakot még éppenhogy csak kihirdették annak apologétái. A korszellemet erősen formálta nem csak a küszöbön álló digitális forradalom, hanem az ebből adódó általános techno-optimizmus is. Ezért nem teljesen inadekvát a technológiai avantgárd kifejezés használata azokra a világszerte létező, különböző „aktivitásokra” – ahogy Bódy fogalmazott volna –, amelyeknek a keretében többek között maga az *Infermental* is megvalósult. A többek között a videotechnika köré szerveződő, az új médiatechnológiákkal nem csak művészileg, hanem kulturálisan is kísérletező aktivitások centrumai az akkor technológiailag legfejlettebb és átlagos életszínvonalukat tekintve leggazdagabb országok voltak, így mindenekelőtt az Egyesült Államok, a Német Szövetségi Köztársaság, illetve a Nyugat hidegháborús kirakatvárosa, Nyugat-Berlin, valamint Japán. Feltehetőleg az *Infermental* is csak egyike maradt volna a Bódy hagyatékában tucatszám található tervek egyikének, ha nincs a DAAD-ösztöndíja és a nyugat-német közeg fogadókészsége a videokazetta-magazin ötletére. [37]

Az 1980-as évek azonban nem csak a 20. századi későavantgárd fénykora, hanem annak alkonya is. Szimbolikus jelentőséggel is bír, hogy az MTV és az *Infermental* egy évben indultak útjukra: az MTV kereskedelmi popvideói ugyanazokat a vizuális effekteket használták a fogyasztói kultúra akkor kezdődő új szakaszának harsány meghirdetésére, mint az *Infermental* avantgárd művészvideói a fogyasztói médiatechnológiák új, akkor kezdődő szakaszának kihirdetésére. A technológiai avantgárd áramlatok művészet- és kultúrtörténeti kétértelműségét ez az egyidejű párhuzamosság adja. A fogyasztói videotechnika első, korai alkalmazói annyiban voltak avantgárdok, amennyiben az új médiatechnológia ún. *early adopterei* voltak. *Early adoptereknek* a diffúziókutatásban azokat a kulturális és technikai újítókat, trendszettereket szokás nevezni, akik egy-egy újítást a legelsőként vesznek át, vagy a legelső között használnak. Ebben az értelemben azonban a kortárs influenszerek is sok szempontból az aktuális kulturális és technológiai trendek éppen aktuális vívmányainak – gyakran hivatásos – *early adopterei*.

Hogy az elit- és tömegkultúra elválasztásának kulturális konstrukcióján nyugvó történeti avantgárd ebben az értelemben fel fog oldódni a fogyasztói és popkultúrában, azzal – nyilatkozatai alapján – Bódy is tisztában kellett hogy legyen. Különben nem hivatkozott volna lépten-nyomon a videotechnikára mint új kultúrtechnikára, ami a használatát tekintve már az 1980-as években is csaknem olyan általános és differenciált volt, mint az írás és olvasás kultúrái a polgári társadalomban az analfabetizmus általános felszámolása előtt. Ugyanígy arra sem tett volna (közelebbről nem konkretizált) utalásokat, hogy a videotechnika mint kultúrtechnika széleskörű elterjedése milyen én-technikák alkalmazására vagy megteremtésére (így például a mediatisztált egyéni identitás és a személyes intimitás kialakítására) ad majd lehetőségeket.

Ebbe illeszkedik, ahogy Bódy a Peternák Miklósnak adott interjújában fogalmaz: „[a] videomagazinom nem tekintem videóművészetnek, az magazin, ami videóművészetről is ad tájékoztatást.”^[38] Az első három reguláris és az észak-rajna-vesztfáliai különkiadás, azaz az 1985 februárjáig megjelent kazettaszámok alapján valóban megállapítható, hogy az *Infermental* nem csak művészvideókat tartalmazott, bár sokszor meglehetősen nehéz eldönteni, hogy egy adott videót az alkotói pontosan minek szántak: művészetnek, szórakoztatásnak vagy valamilyen új, ahogy Bódy fogalmazott, szubjektív, illetve – tehetnénk hozzá – én-technikai műfajnak. Az említett korai *Infermental*-számokban látható tartalmak Bódy elmondása szerint a szerkesztők, így többek között a saját ismeretségi köréből és azok ismerőseitől, valamint az ismerősök ismerőseitől stb. származtak. Maguk az alkotók a legkülönbözőbb területről érkező művészek, hobbisták, pár popkulturális bohém vagy alternatív együttes, valamint egy-egy üzleti érzékkel megáldott profi videókészítő volt, akik különböző, elsősorban európai országokból származtak.

Az első időben maguk a kazettaszámok terjesztése is hasonló elven működött. Bódy szerint

a forgalmazással se törődtünk olyan nagyon eddig. [...] A hólabda-rendszerből vagy -stratégiából adódóan [eddig] arra törekedtünk, hogy a világon mindenütt lássák, lehetőleg a művészek és fontosabb nézők, és ismerjék meg. [...] De inkább exkluzív forgalmazást

folytattunk: [...] nem mentünk utána, hogy ha Londonban bemutatták, akkor mutassák be Manchesterben is. [39]

A többes számmal nyilván Baksa-Soós Veronikára és azokra a szerkesztői vagy külső munkatársakra utalt, akik különböző országokban hajlandóak voltak a kazetták másolásával és bérbeadásával foglalkozni. Az *Infermental* nyilvánossága tehát mindenképpen erősen korlátozott volt, és az új technológia köré szerveződő egyfajta kvázi-szubkulturális intimitást feltételezett. A magazin korabeli hálózati, közösségi terjesztése ebben az értelemben részben a közösségi média felépítésével is párhuzamokat mutatott. Benne már megjelenik a hálózati logika, ugyanakkor az ebből adódó transzparencia hiánya is. Sem a hálózat egyes résztvevői, sem a hálózat első tagjai, maguk a szerkesztők sem tudhatták, hogy mikor, hol, ki mindenkihez jut el, vagy nem jut el egy-egy lapszám. A közösségi médiában az egyes felhasználók, azaz a hálózat tagjai – platformtól vagy applikációtól függően – ugyan valamilyen szinten szabályozhatják, hogy valamit láthatóvá tesznek-e nyilvánosan is, vagy csak szűkebb, privát körben, ám maguk az egyéni beállítások rendszerszinten átláthatatlanul komplexé teszik az így kialakuló hálózati kvázi-nyilvánosságot. A későbbi közösségi médiához nagyon hasonlóan, az *Infermental* esetében is egyfajta félig baráti, félig ismeretségi, félig szubkulturális alapon szerveződő hálózati „kvázi-nyilvánosságról” beszélhetünk.

A „magán videóklipről” a szoba- és lakásbejáró videókon át a valóságshow-ig

Az *Infermental* második számának *What am I* című fejezete már címében is arra enged következtetni, hogy benne olyan videókkal találkozhatunk, amelyek az audiovizuális én- és kultúrtechnikai praxisformák kísérleti laboratóriumai. Theo Eshetu 1981-es *Római hátterek* című munkájában végig egy fiatal férfit és (a videó elején) olykor juhászutyáját láthatjuk. A Róma utcáin és mediterrán, privát helyszíneken, így feltehetően egy magánkertben felvett képek mindegyikének közepén ez az anonim szereplő áll: az amatőr, látszólag esetlen, ugyanakkor éppen ezért mesterkéletlen beállítások olyan hatást keltenek, mintha a fiatal férfi semmi mást nem csinálna, csak saját egzisztenciájának személyes intimitását vinné színre. Miközben ő statikusan, látszólag egyhelyben ácsorog, addig mögötte a hátterek gyors ütemben, a videó teljes hosszát kitöltő montázsszekvenciává sűrűsödve váltakoznak. Ez pátoszt ad a videónak: bármennyire is gyorsan váltakoznak benne a római hátterek, azok nem rendíthetik meg a névtelen szereplő centrális helyét a kompozíciókban. A római utcaképek és privát terek villódzását egy sanzon festi alá, amitől a videó klipjellegét ölt. A szereplő úgy is öltözködik, mint egy rocker, aki kapott egy külön bejáratú, magán videóklipet. Ezzel privát személyként kerül egy olyan kiemelt pozícióba, ami a korban még csak a popsztároknak járt ki. Eshetu magán videóklipje tehát a popvideók sztár csináló kultúrtechnikájából fejleszt én-technikát. A videó stoptrükkjeit már csak egy lépés választja el a szoftveres vizuális effektek én- és kultúrtechnikai használatától.



Római hátterek (Theo Eshetu, 1981)

Szintén a *What am I* című fejezetben található az a videó, amelyben a későbbi popteoretikus Diedrich Diederichsen saját szobájának poprelikviái között tart idegenvezetést. *Az embernek egyszerűen nincs szíve megválni tőlük* című, 1982-es videóban egy privát térben, Diederichsen lakásának vagy szobájának belső terében vagyunk. A kép közepén Diederichsent láthatjuk, ahogy a helyiségben felhalmozott különböző kupacok között keresgél, közben újból és újból a kezébe akad valami, amit a legtöbb esetben csak megnevez, olykor azonban a kamerának be is mutat. Ebben a videóban nem maga a helyiség vagy annak berendezése az, ami a videó nézőjének érdeklődésére számot kíván tartani, hanem azok a jelentést hordozó tárgyak, amelyek látszólag szinte csak véletlenszerűen akadnak Diederichsen kezébe, mégis egy „kúrált” gyűjteménnyé, Diederichsen személyes és ezért intim popkulturális rajongásának gyűjteményévé álnak össze: különféle magazinok, szórólapok, képeslapok, promóciós ajándékok, lemezek, magnókazetták bizonyos előadók bizonyos dalaival, vagy a szoba éke, Debbie Harry majdnem életnagyságú papírszobra. A gyűjtés gesztusa és a gyűjtemény darabjai nem pusztán a popkulturális rajongás kultúrtechnikáinak tárházává állnak össze a videóban, hanem az a természetes mesterkéletlenség, egyedi személyesség, ahogy Diederichsen bemutatja a gyűjteményét, ahogy abból bakelitlemezeket tesz fel a videó kedvéért, egyúttal az egyéni identitás és intimitás színre vitelével, én-technikává is sűrűsödik.

Az embernek egyszerűen nincs szíve megválni tőlük egyértelműen a ház-, lakás- és szobabejáró videók én- és kultúrtechnikai műfajának egyik korai megvalósulása, még ha maga a szoba- vagy lakásbejárás gesztusa nem teljesen kiforrott, és még nem támaszkodik már létező „műfaji szabályokra”.



és természetesen a legfontosabb
darab itt a szobában:

*Az embernek egyszerűen nincs szíve megválni tőlük (Diedrich
Diederichsen, 1982)*

Ám nem ez az egyetlen videó az *Infermental*ban, ami lakásbejáró részt is tartalmaz. Az egyfelől szintén Diederichsen, másfelől Oliver Hirschbiegel nevével jegyzett *S/i Világ Kábel TV* című 1983-as videó az *Infermental* harmadik számában jelent meg. A videó egy jelenettel kezdődik, ahol egy kettéosztott képen két punk frizurájú bemondónő ül egy minimalistára szabott stúdiódíszletben: asztal, rajta papírokkal, jobb, illetve bal oldalról egy-egy mikrofon, két egyszínű háttér. Az egyik kép háttére fehér és a bemondónő ruhája és frizurája fekete, míg a másik kép háttére fekete és a bemondónő ruhája és frizurája fehér. A két bemondónő dadaista gesztussal, látszólag értelmetlenül egymáshoz kapcsolódó szavakat mond bele a kamerába a képzeletbeli *S/i Világ Kábel TV* nézőinek, miközben a képernyőn az „out” és „in” szavak villódnak, annak függvényében, hogy melyik bemondónő olvas fel új szót.

Ezt egy „helyszíni kapcsolás” követi. A riporter mikrofonnal a kezében egy fürdőszobai kád szélén ül egy fiatal nő társaságában, mellettük kétoldalt további személyek állnak, akiknek az arca azonban nem látható. A riporter azt kérdezi a fiatal nőtől, aki saját bevallása szerint tizenhárom éves, hogy még meg akartál valamit mutatni a zuhanyzón, mire a lány megmutatja a zuhanyzó műanyag, narancssárga, kígyófejre emlékeztető zuhanyzófejét, ami (mint kiderül) valójában a Loch Ness-i szörny fejét mintázza. A lány a fürdőszobából a konyhába viszi át a feltehetőleg házibuli-társaságot, kamerástól, riporterestől. A kamera először céltalanul pásztáz körbe a konyha terében, ahol a társaság megpróbál szétoszlani, míg a riporter meg nem találja a témát: a konyha falán egy furcsa, improvizált tárgykompozíciót. A lány magyarázata szerint a fiúbarátjával épp tegnap látta a moziban *A Jedi visszatér* (Star Wars Episode VI: Return of the Jedi. Richard Marquand, 1983) című filmet, és a filmélmény hatására eskábálták a kompozíciót, amelyen a jedi egy sötétbarna falitárgy rúdszerű képződményén lovagol. A konyhát a nagyszoba követi, ahol a lány bemutatja az eredeti kiadású és ezért már „antikvárértékű” Donald kacsa-füzet gyűjteményét is. Miközben lézengő résztvevők próbálnak kikerülni a képből, a kamera megpróbálja megmutatni a rikító sárga polcot, ahol a füzetgyűjtemény található. A következő rövid, inkább vágókészszerű

jelenetben már egy francia ágy látható, ahol a parti résztvevői unottan vagy olvasgatva ücsörögnek. A lány is az ágy szélén ül, és bemutatja a kamerának az épp arra tévedő kutyáját.



S/i Világ Kábel TV (Diedrich Diederichsen, Oliver Hirschbiegel, 1983)

Ezzel, vagyis a hálósobába tett rövid kitérővel teljessé vált a lakásbemutató-túra, ezért a videó utolsó jelenete újból műfajt vált. A riporter ebben a jelenetben, amelyet áttekintő csoportképnek nevez, a szoba közepére kiállított embereket, feltehetőleg a házibuli résztvevőit vagy a lány hozzátartozóit kérdezi arról, van-e bármilyen kötődésük Ludwigshafenhez. A videó tehát összességében két vagy három tematikus blokkból áll, amit csak a képzeletbeli világ-kábeltévé képzeletbeli adása kapcsol egybe. Nem csak az a figyelemre méltó a videóban, ahogy a képzeletbeli televíziós csatorna részint abból csinál műsort, ahogy privát személyek privát terekben színre viszik önmagukat, gyakorlatilag majdnem egy évtizeddel azelőtt, hogy az MTV 1992-ben útnak indította volna *The Real World (A való világ)* című adását, ami a világ első televíziós valóságshow-i közé tartozott. Hanem az is, hogy a videót – itt még minden gazdasági érdek nélkül, teljesen spontán módon – egyszerre hatják át a 20. századi művészeti avantgárd, a popkultúra, a fogyasztói videókultúra, valamint (mindezek egyvelegeként) a posztmodern identitáskultúra korai kulturális, esztétikai és audiovizuális kódjai.

Összegzés

Az *S/i Világ Kábel TV* lakásbejáró én-technikája, ahogy a Diederichsen-féle gyűjtemény-bemutató vagy a *Római hátterek* című magán videóklip is, mind-mind „privát létükben” viszik színre szereplőiket, méghozzá az *Infermental* „kvázi-nyilvánosságában”. Ezért egyszerre olvashatók későavantgárd gesztusokként, ha tetszik, a művészeti- és kultúrtörténeti értelemben vett avantgárd utolsó gesztusainak egyikeként és a már akkor is bőven létező fogyasztói kultúra korabeli kifejeződési formáiként is. Azok az egyének és csoportok, akik a fogyasztói videotechnika köré

szerveződtek, és azzal több-kevesebb avantgárd pátozzsal vagy teljesen anélkül, de művészi és kulturális értelemben kísérleteztek, és többek között az *Infermentalt* is életre hívták, illetve életben tartották, egyúttal a videotechnika *early* adopterei is voltak – ugyanúgy, mint ma a mesterséges intelligencia korai alkalmazói vagy a metaverzum első bevásárlói. Az egykori videó-avantgárd mindezek ellenére nem csak művészettörténeti értelemben volt úttörő előőr, hanem a posztmodern, mediatisztált identitáskultúra tekintetében is. Összegzésként elmondható tehát, hogy a kortárs közösségi média kvázi-nyilvánosága és az ott színre vitt egyéni identitás és személyes intimitás több én- és kultúrtechnikai praxisformája már a korai fogyasztói videotechnika-mozgalmak archeológiai „mélyidejével” rendelkezik.

Jegyzetek

1. A szöveg rövidített előadás-változata elhangzott Egerben 2023. nov. 3-án a Magyar Filmtudományi Társaság „Saját bőrén” – Énképek és identitások mozgóképen – A személyes érintettségre alapozott közösségiség/részvételi filmkészítés című konferenciáján.
2. Ole Nymoen – Wolfgang M. Schmitt: *Influencer. Die Ideologie der Werbekörper*. Frankfurt a. M., Suhrkamp, 2021.
3. Uo. 63. (Saját ford.)
4. Vö. Harun Maye: Was ist eine Kulturtechnik? *ZMK*, 2021/1. 121–135.; Thomas Macho: Zeit und Zahl. Kalender- und Zeitrechnung als Kulturtechniken. In Sybille Krämer – Horst Bredekamp (szerk.): *Bild, Schrift, Zahl*. München, Wilhelm Fink, 2003. 179–192.; Thomas Macho: Tiere zweiter Ordnung. Kulturtechniken der Identität und Identifikation. In Drik Baecker – Matthias Kettner – Dirk Rustemeyer (szerk.): *Über Kultur. Theorie und Praxis der Kulturreflexion*. Bielefeld, Transcript, 2015. 99–118.; továbbá ld. a Hermann von Helmholtz-Zentrum für Kulturtechnik Zentralinstitut der Humboldt-Universität zu Berlin tevékenységét: <https://www.kulturtechnik.hu-berlin.de/>.
5. Vö. Hans Belting: *Bild-Antropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft*. München, W. Fink, 2011 [2001].
6. Macho: Zeit und Zahl. 179. (Saját ford.)
7. Michel Foucault: *A szexualitás története. A gyönyörök gyakorlása*. Ford. Albert Sándor et al. Budapest, Atlantisz, 1999. 15.
8. Az *Idegen szavak kéziszótára* szerint a technológia szó elsődleges jelentése „iparműtan”. Vö. Bakos Ferenc: *Idegen szavak kéziszótára*. Budapest, Terra Budapest, 1967 [1958]. 704.
9. Byung-Chul Han: *Psychopolitik. Neoliberalismus und die neuen Machttechniken*. Frankfurt a. M., S. Fischer, 2021 [2014].
10. Andreas Reckwitz: *Das hybride Subjekt. Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne. Überarbeitete Neuauflage*. Frankfurt a. M., Suhrkamp, 2020. 21–22.
11. I. m. 63–85.
12. Uo. 72. (Saját ford.)
13. Az Instagram fő funkcióját tekintve vizuális fotónapló vagy öndivatbemutató platform, esetleg végtelenített állóképes önreprezentációs hírfolyam. A YouTube ugyanez, csak mozgóképes változatban: egyszerre használható videónaplóként, személyes audiovizuális archívumként és az audiovizuális önreprezentáció eszközeként is. A Twitter vagy mai nevén az X az aforizma és aranyköpés-gyűjtemények naplószerűvé és ezzel én-technikává átformált változata, tulajdonképpen egy uralkodói önreprezentációs technológiának a polgári változata, aminek keretében az uralkodó az eseményekről feljegyeztette saját

- kommentárjait. A LinkedIn egyfajta szakmai, ill. munkavállalói önreprezentációs és kapcsolati tőke demonstrációs eszköz. A TikTok pedig egyfajta *skill*-bemutató platform, ahol korábbi elődjétől eltérően újból előtérbe kerül az általánosabb normativitáshoz való alkalmazkodási kényszer és szükséglet. A platform azt jutalmazza, ha a szubjektum ugyanazokat a warburgi értelemben vett pátozsfomula megatrendeket másolja, amelyeket rajta kívül globálisan mindenki más is.
14. Vö. Harry Gatter et. al.: *Lebensstile. Eine neue Sicht auf Kunden und ihre Bedürfnisse*. Frankfurt a. M., Zukunftsinstitut, Übergearbeitete Ausgabe, 2020.
 15. Siegfried Zielinski: *Archeologie der Medien. Zur Tiefenzeit des technischen Hörens und Sehens*. Hamburg, Rowohlt, 2002. 21. (Saját ford.)
 16. A Deutsche Film- und Fernsehakademie Berlin házi archívumában található eredeti U-Matic kazetta-felvételről Friederike Anders készített (feltehetően 2016-ban) képernyővideót. A felvétel színesben megtalálható egy általa jegyzett cikkbe ágyazva. Friederike Anders: *Zeittransographie, Videolabyrinth und Gábor Bódy*, URL: <https://dffb-archiv.de/editorial/zeittransographie-videolabyrinth-gabor-body>. A felvétel fekete-fehér változatban a Vimeón is megtalálható, URL: <https://vimeo.com/130766865>. Saját ford.
 17. Uo. (Saját ford. A kapcsos zárójeles betoldások tőlem – K. A.)
 18. Vö. Friederike Anders: *Zeittransographie, Videolabyrinth und Gábor Bódy*, URL: <https://dffb-archiv.de/editorial/zeittransographie-videolabyrinth-gabor-body>
 19. Mint azt a Kossuth klubban 1984. december 7-én megtartott szabadegyetemi előadásában hangsúlyozta, „[a] videó teremti meg a feltételeit annak, hogy a gyártásban – a kreativitás területén – és a forgalmazásban ezt a nyelvet az ember szabadon használja. Hogy meghatározott, akár extrém módon alkalmazza egy szűkebb közönség számára, vagy akár, ha elég olcsón dolgozik az ember, akkor hovatovább egy család vagy önmaga számára is.” Bódy Gábor: *Videóelképzelések a Társulás Stúdióban*. Részletek a Kossuth klubban 1984. december 7-én megtartott szabadegyetemi előadásból. In Szerk. Peternák Miklós (szerk.): *Bódy Gábor. Egybegyűjtött filmművészeti írások III*. Budapest, MMA Kiadó, 2021. 215.
 20. Peternák Miklós: Beszélgetés Bódy Gáborral. 1984. december 12. In *Bódy Gábor. Egybegyűjtött filmművészeti írások III*. 65.
 21. Uo. 68.
 22. Dietrich Leder: In Erinnerung an Prof. Thomas Schmitt. URL: <https://www.khm.de/termine/news.4907.in-erinnerung-an-prof-thomas-schmitt/>
 23. Vö. Bódy: *Videóelképzelések a Társulás Stúdióban*. 215.
 24. Bódy Gábor: Mi a videó? Work in Progress. Ford. Bánki Dezső. In Beke László – Peternák Miklós (szerk.): *Bódy Gábor. Életműbemutató 1946–1985*. Budapest, Múcsarnok – Művelődési Minisztérium, Filmfőigazgatóság, 1987. 290. (A magyar fordítást a német eredetivel egybevetve egy helyen módosítottam – KA)
 25. Uo.
 26. Uo. (A kurzív kiemelés az eredetiben.)
 27. Dieter Daniels: Zur Musikalität des Visuellen. In Kathrin Dreckmann (szerk.): *Musikvideo Reloaded. Über historische und aktuelle Bewegtbildästhetiken zwischen Pop, Kommerz und Kunst*. Düsseldorf, Düsseldorf University Press, 2021. 25–26.
 28. Macho: *Zeit und Zahl*. 179. (Saját ford.)
 29. Vö. Reckwitz: i. m.
 30. Peternák: i. m. 64.

31. Uo. 61–64.
32. Vö. Beke László: Bódy Gábor, networker. In: Siegfried Zielinski – Peter Weibel (szerk.): *A képek állása. A médiaművészet úttörői. Zbigniew Rybczyński és Bódy Gábor*. Nürnberg, Verlag für moderne Kunst, 2011. 62–63.
33. Vö. Antal István: Pillantás az Édenbe. Beszélgetés József Robakowskival. *Filmvilág*, 1996/7. 24.
34. Peternák: i. m. 60–61.
35. „Az a lényeg, hogy ezeket az eltaposódó, helyi szubkultúrákban komoly értékeket felszínre hozó, de ott egyből megrekedő dolgokat valahogy összekapcsolni.” Uo.
36. Vö. Havasréti József: *Alternatív regiszterek. A kulturális ellenállás formái a magyar neoavantgardban*. Budapest, Typotex, 2006. 29–34., én a recepciók közösség kifejezést Philipp Felsch *Der lange Sommer der Theorie* című könyve nyomán használom. Vö. Philipp Felsch: *Der lange Sommer der Theorie. Gesichte einer Revolte 1960–1990*. München, C. H. Beck, 2015. 19.
37. Vö. Peternák: i. m. 60.; Antal: i. m. 24.
38. Peternák: i. m. 66.
39. Uo. 64–65.

Irodalomjegyzék

- Anders, Friederike: Zeittransographie, Videolabyrinth und Gábor Bódy. URL: <https://dfffb-archiv.de/editorial/zeittransographie-videolabyrinth-gabor-body>
- Antal, István: Pillantás az Édenbe. Beszélgetés József Robakowskival. *Filmvilág*, 1996/7. 24–25.
- Belting, Hans: *Bild-Antropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft*. München, W. Fink, 2011 [2001].
- Bódy, Gábor: Mi a videó? Work in Progress. Ford. Bánki Dezső. In Beke László – Peternák Miklós (szerk.): *Bódy Gábor. Életműbemutató 1946–1985*. Budapest, Múcsarnok – Művelődési Minisztérium, Filmfőigazgatóság, 1987.
- Bakos, Ferenc: *Idegen szavak kéziszótára*. Budapest, Terra Budapest, 1967 [1958].
- Bódy, Gábor: Videóelképzelések a Társulás Stúdióban. Részletek a Kossuth klubban 1984. december 7-én megtartott szabadegyetemi előadásból. In Peternák Miklós (szerk.): *Bódy Gábor. Egybegyűjtött filmművészeti írások III*. Budapest, MMA Kiadó, 2021. 214–222.
- Beke, László: Bódy Gábor, networker. In Siegfried Zielinski – Peter Weibel (szerk.): *A képek állása. A médiaművészet úttörői. Zbigniew Rybczyński és Bódy Gábor*. Nürnberg, Verlag für moderne Kunst, 2011. 56–63.
- Daniels, Dieter: Zur Musikalität des Visuellen. In *Musikvideo Reloaded. Über historische und aktuelle Bewegtbildästhetiken zwischen Pop, Kommerz und Kunst*. Szerk. Kathrin Dreckmann. Düsseldorf, Düsseldorf University Press, 2021. 25–40.
- Felsch, Philipp: *Der lange Sommer der Theorie. Gesichte einer Revolte 1960–1990*. München, C. H. Beck, 2015.
- Foucault, Michel: *A szexualitás története. A gyönyörök gyakorlása*. Ford. Albert Sándor et al. Budapest, Atlantis, 1999 [1985].
- Gatter, Harry et. al.: *Lebenstile. Eine neue Sicht auf Kunden und ihre Bedürfnisse*. Frankfurt a. M., Zukunftsinstitut, Übergearbeitete Ausgabe, 2020.
- Han, Byung-Chul: *Psychopolitik. Neoliberalismus und die neuen Machttechniken*. Frankfurt a. M., S. Fischer, 2021 [2014].

- Havasréti, József: *Alternatív regiszterek. A kulturális ellenállás formái a magyar neoavantgardban*. Budapest, Typotex, 2006.
- Leder, Dietrich: In Erinnerung an Prof. Thomas Schmitt. URL: <https://www.khm.de/termine/news.4907.in-erinnerung-an-prof-thomas-schmitt/>
- Macho, Thomas: Tiere zweiter Ordnung. Kulturtechniken der Identität und Identifikation. In Szerk. Drik Baecker – Matthias Kettner – Dirk Rustemeyer (szerk.): *Über Kultur. Theorie und Praxis der Kulturreflexion*. Bielefeld, Transcript, 2015. 99–118.
- Macho, Thomas: Zeit und Zahl. Kalender- und Zeitrechnung als Kulturtechniken. In. Sybille Krämer – Horst Bredekamp (szerk.): *Bild, Schrift, Zahl*. München, Wilhelm Fink, 2003. 179–192.
- Maye, Harun: Was ist eine Kulturtechnik? *ZMK*, 2021/1. 121–135.
- Nymoen, Ole – Schmitt, Wolfgang M.: *Influencer. Die Ideologie der Werbekörper*. Frankfurt a. M., Suhrkamp, 2021.
- Peternák, Miklós: Beszélgetés Bódy Gáborral. 1984. december 12. In Peternák Miklós (szerk.): *Bódy Gábor. Egybegyűjtött filmművészeti írások III*. Budapest, MMA Kiadó, 2021. 60–70.
- Reckwitz, Andreas: *Das hybride Subjekt. Eine Theorie der Subjektkulturen von der bürgerlichen Moderne zur Postmoderne. Überarbeitete Neuauflage*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2020.

© Apertúra, 2023. Ősz | www.apertura.hu

webcím: <https://www.apertura.hu/2023/osz/keskeny-a-medialisan-szinre-vitt-privat-let-az-egyen-i-identitas-es-az-intimitas-en-es-kulturtechnikai-az-1980-as-evek-video-avantgardjaban-es-a-kortars-kozossegi-mediaban/>

<https://doi.org/10.31176/apertura.2023.19.1.2>

