

Świat bez jednej zmarszczki

Autor tekstu: Michał Sędzikowski

Wpadła mi w ręce seria kart, reklamująca kosmetyki dla kobiet. Twórcy reklamy wykazując się filozoficzną zadumą, postanowili promować swoje produkty w kontekście przemijalności ludzkiego żywota. W głównej roli występuje, niezmacona intelektualnym wysiłkiem, twarz młodej dziewczyny. Pozbawiona śladu zmarszczek mimicznych, twarz patrząca na mnie pustym wzrokiem zdechłego karpia, w którym odbija się bezduszna otchłań morskich głębin. Ulotka zdaje się zapewnić, iż tak idealnie bezrefleksyjny stan pogrążonego w tysiącletniej śpiączce skorupiaka można osiągnąć, stosując tylko właściwe kosmetyki. Całkiem możliwe. Również jestem tego zdania, że poświęcanie stu procent życiowej energii na zakupy, Big Brothera i studiowanie wzorów na tapecie, nie może nie przynieść tak doskonałych efektów.

Bohaterka reklamy w rzeczywistości nie ma jednak tysiąca lat, o czym zapewniają autorzy. Na pierwszej karcie dziewczyna, nazwijmy ją dla wygody Susan the Sea, ma 20 lat. Wzrok ma nieprzytomny, zupełnie jak po tysiącletniej śpiączce.

Akcja na drugiej karcie dzieje się rzekomo dziesięć lat później, czemu zdaje się przeczyć wygląd Suzan, która trzyma się jak egipska mumia. To jest ten moment, kiedy w jej trzydziestoletnim życiu musiał nastąpić jakiś przełom, bo usta dziewczyny są lekko otwarte, a w oczach można dopatrzeć się załamku zdziwienia. Być może wzorki na tapecie ułożyły się w coś, co już wcześniej widziała np. w rybę.

Na trzeciej karcie, podpis pod fotografią mówi, iż pani the Sea ma już 40 lat, aczkolwiek ja, gdybym miał strzelać, określiłbym jej wiek na nadal mniej więcej 20 lat. Wyraz jej twarzy powrócił do stanu nieskazitelnej bezmyślności. Zapewne zdążyła oswoić się z faktem obecności ryby na ścianie.

Prawdziwą metamorfozę jednak Susan przechodzi w wieku pięćdziesięciu lat, ponieważ na skutek używania kosmetyków reklamowanej firmy, zamienia się w pudełko z kremem, z którego wyrasta róża.

Na czwartej z kolei karcie, Susan pogodzona ze swoim losem, czerpie z życia pełnymi garściami jako sześćdziesięcioletnie pudełko z kremem bez róży, co potwierdza podpis: „Gorgeous at 60... Certainly”.

Gdzie się podziała Susan po czterdziestce? Dlaczego twórcy reklamy uznali, że pudełko z kremem wygląda bardziej estetycznie niż zadbana pięćdziesięciolatka? Dlaczego postanowili zakpić ze wszystkiego, co wiemy o wyglądzie kobiet gatunku homo sapiens.

Pomijam to, iż promowany model urody idealnie obrazuje idiotkę, z gatunku tych, które w męskim towarzystwie zwykły zajmować zaszczytne role, zawzięcie milczących sfinksów, uważnie studiujących mimikę rozmówców, by wiedzieć, w którym momencie wybuchnąć śmiechem. Jeszcze bardziej martwi mnie fakt, że obraz atrakcyjnej trzydziestolatki, tudzież czterdziestolatki, jest niedopuszczalny do marketingowej prezentacji.

Współczułbym płci pięknej, jako szczególnie pokrzywdzonej przez estetyczne standardy, gdyby nie fakt, iż również boleśnie dotyka to mężczyzn. Oglądając reklamy drogich komórek, widzę dwudziestoletnią młodzież, upojoną szczęściem, iż dostrzegli w swoich telefonach nowe możliwości książki telefonicznej. Ich twarze wyrażają pustą radość zupełnie, jak twarze ludzi z broszur Świadców Jehowy, radujących się, że w raju na Ziemi zbierali kosz prostych bananów.

Mając trzydziestkę na karku, czasami czuję się jak starzec, widząc na każdym plakacie obowiązkowo dziesięć lat młodszych chłopców, harcujących w opuszczonych do widocznych półdupków spodniach, z krokiem u kolan — zgodnie z wytycznymi mody więziennej.

Nie każdy bowiem może wie, ale powszechny szal na półdupkowe spodnie, ma swoje korzenie w kryminale. Aresztowanym zabiera się bowiem paski. Stąd ten groteskowy styl łajzy na wybiegu. Gdyby średniowieczne społeczeństwo kierowało się podobnymi wytycznymi w sprawie mody, to młodzi ludzie musieliby tatuować na plecach ślady po chłóście, a na rękach wybroczyny po dybach. Najwidoczniej jednak, sześćset lat temu ludzie mieli więcej rozeznania, w sprawie tego co jest trendy.

Średniowieczne społeczeństwo również nie drżało w panicznym lęku przed starością. Już

w starożytnych kulturach możemy dostrzec dwa oblicza kobiecości. Młodą pełną wigoru boginią płodności, oraz staruchę, wiedźmę będącą uosobieniem życiowej mądrości i doświadczenia. Jak stwierdziło wielu ludzi w jesieni swojego życia, którzy dany im czas przeżyli z uwagą: „Dopiero teraz posiadam odpowiednie doświadczenie, by mądrze kierować swoim losem. Niestety za późno.” Może z tego powodu starzy od zarania dziejów mieli potrzebę, by przynajmniej przekazać swoje doświadczenie młodym.

I chociaż nie raz już zarzekałem się, że nie będę głosił historycznych banałów, wyjątkowo pokuszę się na jeden, bo mam silne przeczucie, iż po raz pierwszy od pięciu tysięcy lat, można go powiedzieć z czystym sumieniem. W dzisiejszych czasach starcze mądrości mają tyle siły przebicia co kołtun kłaków. Weźmy na przykład ostatnie prognozy Stanisława Lema o nieuchronności konfliktu atomowego. Nie zajmą one nawet jednej tysięcznej czasu antenowego, poświęconego Paris Hilton, której jedynym życiowym osiągnięciem jest posiadanie kompletu rąk i nóg i która postanowi podzielić się z ludzkością drogocenną informacją, że dolne kończyny postanowiła obuć w nowe buty.

Nowoczesne społeczeństwo wydaje się promować wyłącznie niedojrzałość i ignorancję. Starość i doświadczenie jest nie tylko bezwartościowe, ale i niesmaczne. Odsunięte w zacisze domów starców, obarczone piętnem śmierci, oczekuje ostatniego gościa, który zwykł wchodzić bez pukania.

Odwieczny, mistyczny wizerunek kobiety zawierający dziewicze piękno i stateczną mądrość, został zredukowany do dziewiczego piękna i pudełka kosmetyków. Aspekt opiekunki domowego ogniska pozbawiony pokoleniowej mądrości, przyjął postać jadowitej intrygantki bądź neurotycznej wariatki, spędzającej życie na historycznej walce z brudem i bakteriami, kury domowej, żyjącej w przekonaniu, iż pustymi, nerwicowymi gestami utrzyma ład we wszechświecie i zahamuje przemijanie. No bo czyż śmierć ośmieli się wejść w butach do tak czystego mieszkania...?

Medycyna wydłużyła nasze życie, obyczajowość stara się je skrócić. Ludzi u szczytu swych możliwości coraz częściej paraliżuje poczucie bycia starym i nieatrakcyjnym. Zdają się to potwierdzać poważne firmy, które są bardzo niechętne zatrudnianiu osób po czterdziestce, a czasami wręcz po trzydziestce, bez względu na ich doświadczenie zawodowe. Zaś ludzie naprawdę starzy, w oczach społeczeństwa są już martwi.

Michał Sędzikowski

Studiował filozofię, od pięciu lat mieszka w Anglii, publicysta "Nowego Czasu". Pisał dla Dziennika Polskiego oraz Wirtualnej Polski

[Pokaż inne teksty autora](#)

(Publikacja: 22-04-2008)

[Oryginał..](http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,5845) (<http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,5845>)

Contents Copyright © 2000-2008 by Mariusz Agnosiewicz

Programming Copyright © 2001-2008 Michał Przech

Autorem tej witryny jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.

Właścicielem witryny są Mariusz Agnosiewicz oraz Autor.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane

w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tej witryny i jakiegokolwiek ich części.

Wszystkie strony tego serwisu, wliczając w to strukturę podkatalogów, skrypty JavaScript oraz inne programy komputerowe, zostały wytworzone i są administrowane przez Autora. Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie

prawo do okresowych modyfikacji zawartości tej witryny oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tej witryny i nie korzystać z jej zasobów.

Informacje zawarte na tej witrynie przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów serwisu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na witrynie. **Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki zawiera.**

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych serwisu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania prosimy kierować do redakcja@racjonalista.pl