

## Kísérlet a kép körül Egy gondolat kísérlet

Gondolat kísérletek. Így nevezi H.-G. Gadamer a heideggeri elgondolásokat *A műalkotás eredetének* előszavában.<sup>1</sup> Kiemeli, hogy megdöbbentő újszerűsége fogalmiságában rejlik, tehát a kísérlet tétje az, hogy miképp lehetséges – ha egyáltalán lehetséges – új megnevezéseket bevonni az elkopott létfogalmak mellé, és további probléma, hogy ez mennyiben jelentheti a nézőpont felfrissülését. A műalkotás válik a kutatás középponti kérdésévé. Heidegger a létkérdés megújítása során azt a fajta gondolkodást kerüli meg, mely bináris opozíciókra építve (anyag-forma, szubjektum-objektum, tartalom-forma stb.) beszél a valóságról. A hagyományos metafizikát az eredet kérdéséhez visszalépve kívánta meghaladni.<sup>2</sup> Ez az oka, hogy felteszi a műalkotások eredetének kérdését, melynek során azok lényegére, „lényegének származására”<sup>3</sup> tér ki. A tanulmány tehát nem egy adott kezdeti, temporális pont körülírására vállalkozik, hanem a kijelölt téma mélységi feltárására irányul. A műalkotások eredete ebben a vonatkozásában az emberi lét kérdésének válik részévé, hisz arra a következtetésre jut, hogy abban a lét „meg tud nyílni”.<sup>4</sup> A lét előlépése a műalkotásban nem egyezik meg a természettudományos megismerés módszereinek eredményeivel, a kísérleti tudományok természetével, hanem egy ettől különböző létmegértést határoz meg a mű számára. Tehát maga a kísérlet is újszerű arcát mutatja. Annak érdekében, hogy a mű önálló és sajátos működését elhatárolja, Heidegger a dolog és az eszköz fogalmának a viszonylatába állítja a jelenséget. Így a dolog dologisága és az eszköz eszközszerűsége a műalkotás felől kerül meghatározásra.

A létezők három neve, a mű, az eszköz és a dolog osztoznak bizonyos vonásokban, ugyanakkor egy-egy jól elkülöníthető terület jelölhető ki számukra. Heidegger ezekkel az elhatárolásokkal foglalkozik, az eltérések és közös vonások megállapításával. A módszere a kör dinamikájával szemléltethető: a résztől az egészig, az egésztől a részig halad. Már rögtön az elején: a műalkotás eredete a művész tevékenysége, a művészt a mű teszi mesterré, végül mindkettő egy harmadik által lesz az, ami; ez a művészet, de a művészet csak a művek által nyilvánul meg.<sup>5</sup> Az összeütközések és egymásból következők logikáját követve új és új összefüggések buknak elő, ennek köszönhető, hogy lehetséges egymástól igencsak különböző létezők összehasonlítása vagy egyazon viszonyrendszerbe helyezése. Nem az a kérdés, hogy az eszköz, a dolog és a műalkotás ugyanazok-e, hisz egyértelmű a különbözőségük, hanem a lényeg az, hogy ez az

Rancz Mónika (1996) – doktorandusz, BBTE, Kolozsvár, rancz.monika@gmail.com

<sup>1</sup> Vö. Martin Heidegger: *A műalkotás eredete*. (Ford. Bacsó Béla.) Bp. 1988. 13.

<sup>2</sup> Vö. Loboczky János: *A műalkotás „A létben való gyarapodás”. A művészet „valósága” három XX. századi művészeti filozófiában*. Bp. 1998. 40.

<sup>3</sup> M. Heidegger: *i. m.* 33.

<sup>4</sup> Loboczky J.: *i. m.* 41.

<sup>5</sup> Vö. M. Heidegger: *i. m.* 33.

eltérés mit jelent az egyes létezőre nézve, mit tudhatunk meg abból, ha látjuk, mi az, ami már nem az a létező. A gondolatmenetet a negativitás logikája szervezi.

Jelen tanulmány szintén egy gondolkísérlet megvalósítására törekszik, mely kétszeresen is érintkezésben van a heideggerivel. Egyrészt a hermeneutikai kör fogja vezetni a gondolatmenetet, melyből szükségszerűen következik, hogy egymástól való távolságokat és közelségeket ír le egy adott rendszerezési elv alapján, ahogy a felvetésben résztvevők kölcsönösen meghatározzák egymást. Másrészt a kutatás követi a műalkotás – eszköz – dolog hármass felosztását, csakhogy azokon egy szűkítést alkalmaz, és azt konkrét példák alapján ragadja meg. A beemelt három kísérleti elem itt is, ahogy azt korábban láthattuk, nem azért kerül be a vizsgálatba, hogy feltáruljon az egymástól való különbözőségük. A cél az, hogy a körök ismétlődő bejárásával, mintha csak fémet, pengét élesítenénk, kiélezzük a kérdést.

A kutatás kiindulási pontját a heideggeri hármass felosztás jelenti, annak alkalmazása a következőképp írható le: a festmény kategóriájára szűkül a műalkotás, a vizsgálatba az eszközök közül a reklámkép mint sajátos jel kerül be, míg a tükörkép lép be dologként. Az egyes elemek kiválasztása a közös képi alapra vezethető vissza. A képiség három különböző megnyilvánulása egy olyan fundamentumra vezethető vissza, mely lehetővé teszi, hogy azokról egyazon viszonyrendszerben beszéljünk, ugyanakkor ez nem feltételezi azt, hogy a létezők egésze beleférjen egyik-másik kategóriába. A felsorolt példák összetartozása nem valamiféle szükségszerűségből adódik, ugyanakkor összevetésük nem is céltalan. A kérdést egy esztétikai és képhermeneutikai probléma vezeti be: a festmények, melyek a képi jelenségek egyikét jelentik, milyen önálló jelenléttel rendelkeznek, milyenek, mint magukban állók. Ennek értelmében a tükör tükörszerűsége és a reklámkép sajátos jel mivolta a festmények szempontjából kerül elgondolásra.

A képi alapot az ikonikus differencia, a lét és a megjelenés sajátosan képi összefüggése biztosítja. Gottfried Boehm az ontológiai differenciát alapul véve alkotja meg a fogalmat, melyet a képi létező meghatározójának tart. Bár a gondolkodó kifejezetten a vizuális műalkotások esetében elemzi a differenciát,<sup>6</sup> az kiterjeszhető a képi jelenségek széles körére. A lét és megjelenés elválaszthatatlanul összetartozik egymással a képen. Ez azt jelenti egyrészt, hogy a felületen látható nem választható le attól, ahogyan megjelenik, egy részlet megváltozásával a kép mint kép átalakul, és többé nem *ugyanaz* a kép. Másrészt ez a nyelvi kifejezés nehézségét vonja maga után, ezért nevezi Boehm a kép nyelvét némának, de tartja ugyanakkor ezt a hallgatagságot ikonikusan sűrűnek és az értelemgenezis forrásának.<sup>7</sup>

A tükrözött, a reklámképbe foglalt és a festett fában közös, hogy nincs más alakjuk, más formájuk, más létük, mint ahogy az a nézés pillanatában feltárul. Létük megmutatkozásukban van, abban forr össze, hogy az egyik a másikba vált. A látás az ebben a felnyílásban való részvételt jelenti. Az állandó átváltás okozta mozgás, izzás azonban mindhárom példánk esetében másképp jelenik meg. Az ikonikus differencia arra is mutat, hogy a képek miképp képesek létrehozni értelmet, értve ez alatt azt, hogy egyrészt sajátos *logoszukat* miképp értelmezzük, másrészt, hogy miképp vihetjük át azt az írott és beszélt nyelv médiumába (avagy miképp beszélhetünk róluk). Ahogy arra Bacsó Béla rámutat, „nem az a kérdés, hogy mi az értelme a képnek, hanem az, hogy miként képesek *a képek értelmet létrehozni*”.<sup>8</sup>

<sup>6</sup> Vö. Gottfried Boehm: *A kép hermeneutikájához.* = *Athenaeum.* Kép – Képiség. I(1993)4. 87–111.

<sup>7</sup> Vö. G. Boehm: *i. m.* 98.

<sup>8</sup> Bacsó Béla: *A kép-tudomány margójára.* = *Studia Litteraria.* 52 (1–2). 14.

## Világok és mítoszok

A platóni barlang hasonlatban az árnyak játéka a képek hatalmának, hatásának és erejének jelzője. A kép képes eltakarni vagy helyettesíteni a valóst, sőt akár meg is babonázhat, hogy azt higgyük, a mutatott, a helyettesítő a reális. Félelemmel tölti el az embert ez a hatalom, mely az *Államban* az ideák megismeréséhez nem vezetheti el.<sup>9</sup> Horst Bredekamp arra mutat rá, hogy ez a képkritika értelmezhető „visszajára fordított tiszteletnek”,<sup>10</sup> vagyis annak értékelésének, hogy a kép egy olyan dimenziót nyit meg, melyet még a ráció sem uralhat. A *Kratüloszban* azonban a képi lét egy másik aspektusával találkozhatunk. Szókratész a szavak eredetének feltársa során abba a kérdésbe ütközik, hogy azok milyen utánzást végezhetnek, amennyiben a dolgok természetét fejezik ki. A kép hasonlatával szemlélteti ezt a működést: a festő nem megkettőzi a tárgyat, amelyet vászonra visz, ha így tenne, nem mű lenne az eredmény, hanem csak két ugyanolyan identitású dolog. Azt a következtetést vonja le, hogy a műalkotás a dolgok lényegét utánozza.<sup>11</sup> A platóni életmű, jegyzi meg Bredekamp, két pólus között ingázik a képekkel kapcsolatosan: a képek egyrészt az igazság eltakarását jelentik, másrészt a gondolkodás sikerességének előfeltételei. „A két véglet mögött az a mélyen gyökerező félelem lappang, hogy a képben olyan szférával találkozunk, melyet a filozófus már nem tud ellenőrzése alatt tartani.”<sup>12</sup>

A képek erejének fékezhetetlen voltáról W. J. T. Mitchell is beszél. Egy interjúban arra a kérdésre, hogy a reklámképek hatása alól kivonhatjuk-e magunkat, nemlegesen válaszol.<sup>13</sup> A racionális felfejtés, a manipuláció belátása vagy a képkritika sem állhat ellen a megjelenő befolyásának. Egy gyakorlott szem azonban mégis egyfajta védelmet jelent, csakis a képeken (nem gondolatokon vagy kritikán) edzett látó képes az ellenállás adott formáira. Mitchell a képeknek egy szélesebb jelenéskört jelöl ki, mint ahogy azokról eddig szó volt. Megállapítja, hogy a társadalmi viszonyok képszerűen képződnek; a Másikkal való érintkezés alapvetően képek által történik, vagyis az egy természetes, megkerülhetetlen része a világunknak. Ugyanakkor a vizuális kultúráról beszélve ehhez hozzáteszi, hogy az „előfeltételezi, hogy a látás kulturális konstrukció, és ugyanakkor azt is, hogy a kultúra vizuálisan konstruált”.<sup>14</sup>

Képekről, az emberi lét kontextusában, elképesztően sokféleképpen beszélhetünk. A vizuális képek birodalma csak egyike a lehetségeseknek, de azok közül mégis a legkézenfekvőbb vizsgálatuk, ha a művészi képek után eredünk. Azonban az eredet feltáráshoz túl kell lépnünk a képektől való félelmen és a hatásezetika következtetésein, hisz ez a megkapó és felhívó jelleg épp a reklámkép lényegét alkotja. Üzenetről, tartalomról, tudott és tudatlan hatásról beszélhetünk mindkét esetben (mintha csak valamit elrejtettek volna azokban, amit utólag a képek szemlélője vehet elő), mégis a reklámkép az, mely egy bizonyos értelemben a hatás kiváltásának szándékával jön létre, s így mintha valaminek az árnyaként működne.

<sup>9</sup> Platón: *Állam*. Bp. 2018. 597e (489).

<sup>10</sup> Horst Bredekamp: *Képaktus*. Bp. 2020. 44.

<sup>11</sup> Ld. Platón: *Kratülosz*. = Uő.: *Összes művei*. Első kötet. Bp. 1984.

<sup>12</sup> H. Bredekamp: *i. m.* 45.

<sup>13</sup> *A képek politikája, élete és halála. W.J.T. Mitchelltel beszélget Horváth Gyöngyvér és Szauter Dóra.* = *Balkon*, Vol 11., No. 11–12. 2–7.

<sup>14</sup> Uo. 7.

A reklámképek kétszintes kommunikációt üznek. Egyrészt figyelmet követelnek, van bennük egy felhívó mozzanat. Másrészt elfordítanak maguktól, valami olyanra irányítanak, ami nem jelenik meg az érzékek számára a reklámkép terében. A reklámkép lényege szerint jel: hogy minek a jele, arra a későbbiekben utalok, első ízben térjünk ki arra, hogyan működik. A hagyományos jelháromszög egy összefüggés három elem között: a helyettesítő, a jeltárgy és az interpretáns között (ez utóbbit meg kell különböztetnünk az értelmező szubjektumtól, lévén hogy nem egy személyre utal, hanem arra a gondolatra, képzetre, másik jelre stb., amely értelmezi a jelet). Ch. S. Peirce megfogalmazásában a „jel vagy helyettesítő (representamen) az, ami valamit valaki számára valamely tekintetben vagy minőségben helyettesít”.<sup>15</sup> Ennek a hármas minimumkövetelménynek<sup>16</sup> kell megfelelnie a reklámképnek, hogy jel lehessen. Egyrészt szükséges, hogy jelként fogjuk fel, és önmagához jelként viszonyuljon. A reklámkép esetében a jelszerűség és a képiség együttállásáról beszélhetünk, hiszen ami rajta a helyettesítő szerepét tölti be, az elsősorban képileg rögzült, egy látható és értelmezhető rész, mely általában egyértelműen elkülönül más jelektől, képektől (mint ahogy jelen kutatásban is elhatároljuk a festményektől). Továbbá az interpretáns és a jeltárgy megléte szükségszerű; ha hiányoznak, nem működhet a reklám mint reklám, hiszen akkor annak nincs értelmezhető része, vagy nem szól senkihez. Az, amit a kép bevon a terébe, amit az utalás részévé tesz, olyannyira evidens a legtöbb esetben, hogy világosan, összetéveszthetetlenül megjelenik (például márkajelzéseként, névként vagy a termék képeként), szemben azzal, ahogy a kultúra más tereiben tiltás vagy korlátozás alá esik nyílt megmutatása (lásd a filmekre vonatkozó termékmegjelenési szabályozások). A reklámkép tehát a jeltárgy világa, mely abban nyílik meg. A jelháromszög azonban tovább bővül, ha a fentiekben felvetett hatást is hozzáadjuk a működéséhez. Manipulációt szokás kiáltani, ha arról van szó, hogy a reklámok szándékolatlan irányítani igyekeznek figyelmünket, szokásainkat, a fogyasztói szükségleteket stb. A legtöbb reklámkép azért mégsem vállalkozhat ilyen szerepre, azonban, ami általánosan jellemző, és a gyanúra is magyarázattal szolgálhat, az a reklámkép sajátos jelszerűsége. A klasszikus jelháromszöghöz képest itt két új elemmel bővül ki a szemiózis: a jeltárgyhoz és az interpretánsához egy második tárgy és értelmező csatlakozik. Ez a „duplafenekűség” lesz az, ami a bizalmatlanságra okot ad, hiszen a reklámkép sajátos módon a második szintet elrejtí, míg az elsőt előtérbe tolja. A jel úgy mutatja magát, mintha kizárólag a termékről szólna, mintha mindenkihez fordulna, mintha pusztán arra hívna fel, hogy emeljük le a terméket a polcra. A jó reklámot azonban épp az teszi, hogy a szakemberek alaposan végezték el a célközönség kutatását és bemérését, hogy a világ, melybe a termék kerül, kimunkált, és valami másról beszél, mint a vásárlásra való ösztönzésről. Ebben a sajátos jelben a nyilvánvalót árnyékként követi valami, ami rejtett.

A jel jelszerűsége abban áll, hogy egy másikhoz irányít, míg ebben a mutatóban feloldódik. A reklámkép valaminek eszköze, a használat során elhasználódik. Hogyan viselkedik ehhez képest a műalkotás, a festmény? A művészi alkotások lényegét a heideggeri és a gadameri elgondolások nyomán szintén egyfajta mutató jellemzi. Heidegger beszél arról, hogy a mű állandó nyitottságként létezik, egy világot tár fel, mutatja magát, ugyanakkor a földszerszerűségén nyugszik, mely elrejtettséggel van jelen. A műalkotásban az igazság megtörténe megy végbe. A történelem a világ és a föld egymással folytatott vitájára vonatkozik, míg az igazságot

<sup>15</sup> Ch. S. Peirce: *A jelek felosztása*. = Horányi Özséb, Szépe György (szerk.): *A jel tudománya*. Bp. 1975. 22.

<sup>16</sup> Vö. Veress Károly: *Filozófiai szemiotika*. Kvár 1999. 60.

Heidegger az el-nem-rejtettségeként határozza meg. A műalkotásban nem helyesen kell valamit ábrázolni, hanem a mű saját működése jogán<sup>17</sup> teszi el-nem-rejtetté a létezőt.

Gadamer a műalkotások létmódját megmutatózásként tételezi. A művészi kép nem lehet az esztétikai szemlélés pusztá tárgya, amelyhez mintegy kívülről közeledik a befogadó. A festmény azáltal alkot világot – ellentétben a reklámképpel, melynek nincs ilyen értelemben valóságképző ereje –, hogy eseményné válik: egy olyan történésbe kapcsolja be a szemlélőt (Heidegger kifejezésével a megőrzőt), hogy „benné jut a lét értelmes-látható megjelenéshez”.<sup>18</sup> A mű látszás, egy eszmének a látszása. Ez nem egy ideára vonatkozik, és nem is egy képen kívüli utalásra. A kép megtörténeése közben a szemlélő elvonatkoztat a mindennapitól, felfüggesztődik a megszokott látás. Világképződés megy végbe. Boehm találó gondolatait elemezve ezt Bacsó Béla fejti ki: „megjelenésében állandóan magára, mint képre utal vissza, hogy önmagán és önmaga által valamit láthatóvá tegyen, ami semminek nem felel meg a képen túl”.<sup>19</sup> Míg a festmény önmagára mutat, és önálló világgént áll elő, addig a reklámkép valami után következik. Judith Williamson<sup>20</sup> hívja fel a figyelmet ezzel összefüggésben arra, hogy a reklámképek nem feltétlenül a reklámozott terméket jelölik, hanem egy nagyobb történetet, melynek viszont része a termék. Ezt mítosznak nevezi.

A reklámképben a megmutatózó egy referenciális alappal rendelkezik, mely egy elvághatatlan függést jelent. A mítosz elemei önkényesen úgy kerülnek kiválogatásra, hogy a nagy narratívát erősítsék. A „duplafenekűség” ebben a tekintetben is érvényesül: nem a termék maga kerül a fókuszba, hanem egy olyan „világ”, mely a terméknek és a fogyasztóinak lett kitalálva, ami mindezeknek otthonos.<sup>21</sup> A reklámkép mítoszalkotása nem a valósat tartja fénybe, mert önkényesen választja ki a maga elemeit, nem azok természetét veszi figyelembe. Bár saját szabályokat működtet, mint ahogy az a művészet játékában látható, azok korlátozó jellegűek a tárgyra nézve, amennyiben szelektíven, nem a teljesség igényével áthatva mutatják azt. Ugyanezen oknál fogva nemcsak valós, hanem valóság vagy világ sem lehet, hiszen a megalakuló nem válhat önálló képződménnyé, nem változhat át, mert egy szoros függőséggel rendelkezik. Ez a mítosz magja. A festmények identitását ebben az értelemben szabadság jellemzi, melyet nem foghatunk fel a szubjektívizmus csapongásaként. A kötődések a képződés során és csakis akkor alakulnak ki, sosem függetlenül a szemlélőtől, de nem az ő egyedüli forrásából. Ő inkább az elragadott, mint az irányító. Tehát igazolnunk kell Plátón félelmét: a művészi kép valóban elragad, magával sodor, és nem hagyja, hogy szemet hunyjunk a valósága fölött.

## Látványalkalom és a pusztá látvány

Plátón *Államában* nem szán helyet a festők munkájának. A művészet egyenlő a veszéllyel. Ezalól nincs kivétel, még akkor sem, ha Szókratész saját bevallása szerint tisztelettel viseltet a nagy Homérosz iránt. A szigorú ítélet szerint a művészek az utánzás mesterei, akik mindent

<sup>17</sup> Heidegger a művész és a befogadó szubjektumától független működést határoz meg a mű számára. Az elutasítás a filozófus azon törekvéséhez csatlakozik, hogy a hagyományos metafizika szubjektum-központúságát felfüggeszse saját elgondolásaiban. Ehhez ld.: Bacsó Béla: *Művészet és világgép*. = *Jelenkor* 2004, 47:(5) 525–531

<sup>18</sup> H.-G. Gadamer: *Igazság és módszer: Egy filozófiai hermeneutika vázlat*. (Ford. Bonyhai Gábor.) Bp. 1984. 112.

<sup>19</sup> Bacsó B.: *i. m.* 14.

<sup>20</sup> Vö. Judith Williamson: *Reklámmunka* (Részlet). = Blaskó Ágnes, Margitházi Beja (szerk.): *Vizuális kommunikáció. Szöveggyűjtemény*. Bp. 2010. 130–146.

<sup>21</sup> Erre a példákát lásd: Judith Williamson: *i. m.* 131–136.

képesek lemásolni. Hihetünk annak a mesternek, aki azt mondja, hogy *bármire* képes? Dehogy. Az képes bármi utánzatát létrehozni, aki egy egyszerű tükröt ragad magához. A felületen létrejövő kép azonban pusztán tűnő látszat, a dolgok valóját meg nem közelíti. A festő maga is hasonlóan végzi munkáját. Az okfejtés szerint a művész, ha „nem azt alkotja meg, ami *valóban* létezik, akkor nem a *létezőt* alkotja meg, hanem olyasmit, ami *olyan mint* a létező, de nem *létező*”.<sup>22</sup> Platón árulást, csalást, szemfényvesztést kiált. A festmények abban érnek össze a tükrökkel, hogy valamit, ami eleve (az alkotás és befogadás előtt) nincs bennük adva, mégis bevonnak terükbe, vagyis a megmutatkozás jelensége teremti az összefüggést.

A festmények és tükörképek közötti párhuzamot Gadamer is felállítja az *Igazság és mód-szerben*.<sup>23</sup> A szerző azért beszél a kettő összefüggéséről, hogy szemléltesse a megmutatkozás és a megmutató ontológiai egységét, ugyanis ebben rejlik a kép és a képmás különbségének lényege. A képmás mint eszköz az utalási funkcióban, az eredetire való vonatkozásában eltűnik (az igazolványkép például akkor láthatja el feladatát, ha felismerhető az azt birtokló személy, és nem akkor, ha azzal hívja fel a figyelmet, hogy egy előnyös fotó). A képet épp az tűnteti ki a képmással szemben, hogy esetében nem érvényesül az önmegszüntetés mozzanata. Ennek az az oka, hogy a megmutató nem szorítja háttérbe a megmutatást, hanem azokat az egymáshoz való hozzátartozás jellemzi. Ezt a struktúrát érthetjük meg a tükröződés működésén keresztül. Gadamer egy érzékletes példát hoz fel: egy kastély tükröződik egy tóban, mely fordítva azt is jelenti, hogy a tóban visszaverődik a kastély képe. A tükörviszonyban a tükrözött és tükröződő léte egymás mellé helyeződik úgy, hogy az egyiknek nincs a másik nélkül értelme (a tükröződő kép a tóban a kastély nélkül nem jöhet létre, ahogy a kastély nem lehet tükrözött, ha nincs tó, amely visszaverje képét). Ez a szoros egymáshoz való tartozás az, amely mindkettő létét meghatározza, ugyanakkor nem két különálló entitásról van szó, hanem ugyanannak a megkettőződéséről. A tükör működésében válik világossá, hogy ugyanannak a látványnak a kétszeres megjelenésével kell számolnunk. A tükörben lévő képnek nincs saját önállósága a kastélyhoz képest, hisz az ugyanannak a képe, ezért mondja Gadamer, hogy „olyan, mint valami megkettőzés, amely mégiscsak valami egynek a létezése”.<sup>24</sup> A kettő viszonya a szemlélődés összefüggésként alakul ki. A festmények esetében ugyanezen struktúra működésének lehetünk tanúi; a gondolkodó a meg-nem-különböztetést jelöli ki a képtapasztalat középpontjában, mely a megmutató és a megmutatás kettősségének egysége. A tükörkép és a festmények metszetében ráleltünk arra, ami alapvetően eltávolítja azokat a reklámképektől. Utóbbiban jelen van egy intenció, mely eszköz-jellegűvé teszi azt, és előidézi, hogy ne magára a képre mint képre figyeljünk, hanem a mögötte vagy benne rejlő funkcióra. Így a reklámképek sosem lehetnek egyben művészeti alkotások, a két kategóriának nincs közös halmaza.

A megegyezést a tükörképek és a festmények között ezen a ponton azonban túl kell lépniük. A tükör vizsgálatával nem merítettük ki a probléma feltárását, ugyanis a festmények mégis magukban rejtenek egy differenciát, melyet esztétikai megkülönböztetésnek nevez Gadamer, és ezzel a művészi kép leképezéstől való távolságát jelöli ki. Egy festményen nem az tolakszik előtérbe, hogy valamit, ami rajta kívüli, le tud utánozni és a szemlélőnek megmutatni. A képben a megmutatás a fontos, az, ahogy a megmutatottat már mindig is világához tartozóként, sajátágosan

<sup>22</sup> Platón: *Állam.* 597a (486.)

<sup>23</sup> Vö. H.-G. Gadamer: *i. m.* 109–110.

<sup>24</sup> H.-G. Gadamer: *i. m.* 323.

mutatja, ahogy máshol az nem látható. Nem másol, hanem létrehoz, ebben az értelemben pedig a megmutatott mindig a megmutatáson keresztül van. A tükörben törékeny látszat fogad, melynek nincs valósága, önálló léte, így ez a differencia nem épül bele, függőjévé válik a tükrözöttnek. A festmény viszont úgy létezik, hogy független mindattól, ami változás végbemegy körülötte, léte kizárólag abban van, hogy megmutatkozik, kinyílása világának megképződése, mely nem követi a rajta kívülit – és ebben az előlépésben előhoz valamit, ami „a puszta látványban mint látványban így nem volt benne”.<sup>25</sup> A művészi képet a megmutatkozásban az jellemzi, hogy ami láthatóvá válik, azt értelmes egészként mutatja, s így létgyarapodáshoz segíti. Mond valamit a maga nyelvén, ami a tükrözöttben vagy a képmásban nem lenne benne. Heidegger a kép által létrehozott többletjelentést a műalkotás centrumába helyezi, az alapra ráépülő tulajdonképpennek nevezi.<sup>26</sup> A dologi alapzat az, amin elsősorban és feltétlenül átlép a mű; az csak a műhöz való tartozásában, átváltozottként, puszta dologiságát elvesztettként jelenik meg. Ugyanez a dologiság a tükör esetében a látvány létrejöttét idézi elő, a tárgyat konstituáló anyagok adottságai, összeszereltségének módja határozza meg a képet.

A festmény a falon lógó dolog. Bár nem csak az, léte kötött ehhez: nem képzelhetünk el olyan művet, amely semmiféle anyagból nem áll, csak puszta gondolat. A képzeletbeli múzeumba is olyan művek kerülnek, melyek léte valamilyen módon hozzátapad megjelenésükhöz, jelenlétükhöz. Boehm ehhez adja hozzá, hogy „túlmutatnak faktikus jelenvaló létükön”.<sup>27</sup> Újra egyet kell értenünk Platónnal: egy festményen nem a létező jelenik meg, de valami hozzá köti, létrejön egy „olyan, mintha”-jelleg (legyen figuratív vagy nonfiguratív a kép, esetenként egy tavat, máskor egy vonalat nevezhetek így meg). Boehm találóan állapítja meg a kettősségről: „életre hívni valaminek a kifejezését, értelmét és formáét, és pedig az anyagban (fában, kőben, papírban, vászonban, színben stb.), ez bizonyosan az emberi nem egyik mélységes titka”.<sup>28</sup> A festő életet ad, műve az érzéki és értelmi metszetében áll, mely önmagában állón egy összetett világgként bomlik ki – mely nem képezhető le egyértelműen a beszélt vagy írt nyelv által, ahogy maga sem leképezés. Jáger-Péter Mónika meggyőzően érvel kutatásában amellet, hogy a képi tapasztalatban az értelmi és érzéki együttállása a hozzátartozás struktúrája szerint szerveződik.<sup>29</sup> Kimutatja, hogy az érzéki már mindig is átvődött a szellemivel, az értelmi pedig látszatként van jelen, tulajdonképpen nincs különállóságuk. Ezt nevezi Boehm érzéki értelemnek. A kép az értelmi látszása, melyben a látható és a nem látható egyaránt összefonódik. Ugyanerről beszél Gadamer is a korábban idézett előszóban, amikor úgy fogalmaz, hogy „... a műalkotás léte a magáról tudó gondolat elgondolt eszméje, melynek érzéki megjelenése képezi a műalkotást”.<sup>30</sup> Míg a tükörkép a tükrözött és tükröző együttállása, a festmény a látható és a láthatatlan kettős egységeként lép elő.

Maurice Merleau-Pontynál is azt követhetjük végig, hogy a látható kérdése szorosan összefonódik a láthatatlannal. Két szempontot emelhetünk ki ezzel kapcsolatosan, melyeket a következő idézet vezet be: „... a látható sajátja az, hogy a szó szoros értelmében van egy láthatatlan

<sup>25</sup> H.-G. Gadamer: *i. m.* 110.

<sup>26</sup> Vö. M. Heidegger: *i. m.* 37.

<sup>27</sup> Gottfried Boehm: *A képleírás. A kép és a nyelv határaitól.* = Thomka Beáta (szerk.): *Narratívák 1. Képelemzés.* Bp. 1998. 26.

<sup>28</sup> G. Boehm: *i. m.* 26.

<sup>29</sup> Vö. Jáger-Péter Mónika: *Érzékelés és értelemképződés a műalkotás tapasztalatában.* Kvár, 2021.

<sup>30</sup> M. Heidegger: *i. m.* 22.

bélése”<sup>31</sup> – írja Merleau-Ponty. A „láthatatlan bélése” kérdését első lépésben értelmezhetjük a perspektíva problémájának. A látható sosem totalitásában tárul fel a szemlélő számára, abban mindig van olyan, ami nem látható: a dolgok másik oldala, ami nem látszik onnan, ahol az adott dolog áll. Egy festmény azonban olyant is feltárhat, ami nem látható egyetlen szemszögből, a láthatóságot azontúl is ki tudja fejezni, és ami talán még ennél is fontosabb: az is érzékelhető általa, milyen a másik nézőpontja, hogyan néz ki a világ, ha más tekint rá.

Merleau-Ponty a festmények esetében a látható és láthatatlan játékát egy további aspektusban ragadja meg. Azt állítja, a művészi kép megformálásának logikáját egyfajta negativitás alapozza meg. A képen az egyik elem eltakarja a másikat, ami miatt függőben marad egy nem látható rész. Mégis épp ez a nem-látható teszi világossá azt, hogy milyen elrendezésben állnak a tárgyak egymáshoz képest. A nem-látható, a nem-alak, az egymást kizáró terek, az ellentétes színek adják meg a látható identitását. Boehm a képi nyelv sajátjának látja ezt a szerveződést. Az értelem, mely a felület láthatóságában nyílik meg, nem a részek összességéként áll össze, és a képek „olvasását” nem a jelek egymás után következésének ritmusa alakítja. A szimultaneitás fogalmával ragadhatjuk meg azt a sajátosságot, hogy a képen az egyes csak az egész horizontjában mutatkozik és értelmezhető, ahogy az egész nem összességként, hanem a rendszer különböző részeinek együttes mozgásaként fogható fel. Ez az egyidejűség az értelem olyan bőségét idézi elő, mely kimeríthetetlen és teljessége kifejezhetetlen. A művészi képet nem lehet *leírni*, csak együtt látni vele – a mindig újként képződő látványban lehet részt venni. A felületen az állandó változást az modulálja, ahogy a határok, az alak és nem-alak, meghatározottságok és színelületek átjátszanak egymásba. Nem rideg elkülönülésekről van szó, hanem a képi elemek összjátékáról, ahogy „a saját nyelvét az összes belső forma egységformáiból és azok divergens jelentéseiből állítja össze”.<sup>32</sup> Az elemek kapcsolódásának és kontrasztjának viszonyát Boehm egy Cézanne-kép azon részletével magyarázza, amelyben ugyanaz a felület egyszerre három vonatkozásban szolgáltat értelmet (egy fa volumene, az ég tükröződése, egy alak kontúrja). A festmény megjelenését az átmenetek jellemzik, ahogy ezek a különálló tartalmak nem széttartanak, hanem a szemlélésben állandó átváltásban léteznek. Ezekből a mozgásokból szikrázik fel a láthatatlan, egy olyanfajta feszültségként, mely véglegesen nem szabadítható ki a képkeretből. Ebben az értelemben a festmény látványalkalom, mely a tükröspuzta látványjellegétől különbözve határozható meg ekként.

## Képi kísérletek

A képi létre vonatkozó következtetésekhez érdemes csatlakoztatnunk néhány példát, olyanfajta illusztrációt, mely megvilágítja a különbözőségek és hasonlóságok fent vázolt összefüggéseit. Terjedelmes műértelmezésekre jelen tanulmány keretében nem vállalkozhatunk, így olyan problémacentrikus olvasatok megfogalmazása tűnt érdemlegesnek, melyek folytatnak vagy kibontanak egy-egy előzőekben elkezdett gondolatot.

A művészi kép és a reklámkép kapcsán felmerül egy egyértelmű kihívás. A korábbiakban felvetődött, de függőben maradt az a kérdés, hogy a két eltérő képi lét között az összeférhetlenség

<sup>31</sup> Maurice Merleau-Ponty: *A szem és szellem*. = Bacsó Béla szerk.: *Fenomén és mű. Fenomenológia és esztétika*. Bp. 2002. 27.

<sup>32</sup> G. Boehm: *A kép hermeneutikájához*. i. m. 106.



teljes, vagy esetleg találhatunk olyan példát, mely mindkét kategóriába egyszerre beleillik. Kísérletként fogalmazzuk meg ezt a kérdést, hogy a kép maga beszéljen. A bevont alany egy plakáthirdetés lesz, mely 1898-ban jelent meg Párizs utcáin. A plakát műfaja kivételes a felvétel szempontjából, mert két, egymással megütköző princípiummal rendelkezik: egyrészt utal valamire, felhívja a figyelmet egy rajta kívül állóra, mégis magánál tartja a szemlélőt, nem merül ki funkciójában. A jó plakátot találékonyság jellemzi, kreatív abban az értelemben, hogy valami játékoság látható rajta, ugyanakkor ki is nyílnak ezen jelleget meghaladóan. A plakát számára lehetőség, hogy a művet mint művet mutassa – ebben a megfogalmazásban találhatunk egy előretételező következtetést: a plakát a potencialitását akkor teljesítheti be, ha megszűnik önmaga lenni, és valami mássá válik. Mi ennek a feltétele? A következő példában ennek a megvilágítására törekszünk.

A morva származású Alphonse Mucha számos színházi plakáttal ajándékozta meg az azokban egyébként is bővelkedő francia fővárost; a többiek közül kiténik a maga sajátosnak és újszerűnek ható stílusával. Sarah Bernhardt művésznő népszerűsége megerősítésére igyekezett kiaknázni a reklámozásban rejlő lehetőségeket, így Muchát és más művészeket bízta meg a plakátjai kidolgozásával. A plakátok az imázsépítés részei lettek, melyek sikeressége egyaránt jövedelmezőnek bizonyult a színésznőnek és a grafikai művészeknek.<sup>33</sup> A képek feltűnésének köszönhetően Mucha neve ismertté vált Párizs-szerte, és új felkérések találták meg. Többek között a cigarettapapírgyártó Job keresi fel, és a megrendelésnek 1896-ban és 1898-ban eleget is tesz. Összetett kérdés, hogy milyen szerepe van egy alkotás keletkezéstörténetének vagy a művészi *oeuvre*-ben elfoglalt helyének a műértelmezés során, melyet akár tanulmányok sorában lehetne kifejteni. A jelenleg elemzettek kontextusában a kérdés a következőképp tevődik fel: a műalkotás múltjának az az oka, hogy művész alkotta, vagy a múltján kívüli vonatkozása (reklámozás céljára való használata) határozza meg és egyúttal felülírja azt? Heidegger a műalkotás eredetét a művészen látja, de ebben nem állapodik meg, és további, egymásba forduló szakaszokat jelöl meg a lényeges keresésében. Az alkotások, következtethetjük, egy viszonyrendszer részei, amely nem rögzíti a létüket és értelmezésüket (változhat az olvasatuk, de idővel akár elnyerhetik a műalkotás státuszt vagy elveszthetik azt). A válasz tehát mindkét feltételezésre nemleges: nem elégséges kitétel, hogy művész alkossa a művet, ugyanakkor célszerű használata sem zárja el végérvényesen attól, hogy mű voltát felvegye. Mindebből arra a képlékeny megállapításra jutunk, hogy mű az, amit műalkotásként fognak fel és „használnak” – ezt a folyamatot Heidegger a megőrzők fogalmával illeti. Ha az alkotást műként őrzik meg, csak akkor nyílnak meg és léptetheti elő a létezőt az elnem-rejtettségbe, „akkor is, sőt éppen akkor, ha csak vár a megőrzőkre, és megszerzi és kivárja a megőrzők betérését igazságába”.<sup>34</sup>

Az 1898-as litográfia nem kopott el használatában, sőt utólag besorolhatóvá vált a művészet egyik korszakába, az art nouveau-ba, míg eszközléte időközben teljesen megszűnt, ennek ellenére (vagy épp ezért) érdemes megkérdeznünk arról, mit mond a reklámképek lényegéről. A kép szervezőelve az ismétlés: a márkajelzés köszön vissza a tapétaszerű háttérben, a mintegy keretként szolgáló feliratban, a központi női alak ruhájának tűzőjében és a megjelenő termék,

<sup>33</sup> Mucha színházi plakátjainak részletesebb leírása megtalálható: Ilkó Krisztina: *Alphonse Mucha színházi plakátjai Párizsban*. = *Magyar Grafika*. Elérhető: [https://mgonline.hu/szakdolgozatok/2009\\_ELTE\\_diakkonferencia/honlap/ilkokrisztina.pdf](https://mgonline.hu/szakdolgozatok/2009_ELTE_diakkonferencia/honlap/ilkokrisztina.pdf) (Utóljára megtekintve: 2022. 10. 07.)

<sup>34</sup> M. Heidegger: *i. m.* 104.

a cigarettapapír külső felületén. Első pillantásra talán kevésbé nyilvánvaló, de egy további reprodukció figyelhető meg abban, ahogy az alak testtartása, szögletes vonalai és felvett pozíciója rombuszt formáz, ha képzeletben összekötjük a végpontjait (a fej csúcsa, derék és térd kiszögellése, lábfej), az visszahangozza a névben rombuszként írt „o” formáját. A marketingkommunikáció azóta bevett fogását láthatjuk működésbe jönni, mely az emlékezetre és ezáltal a(z akár tudattalan) felismerhetőségre alapoz. A képi világ a Job feliratot ismétli újra és újra, mintha minden elem egy eltérő megfogalmazása lenne ugyanannak. A nő, a háttér, a megrajzolt betűk mind vizuális létezők, képi elemek, melyek egy szöveg leképezésévé válnak. A reklámképen egy különös együttállás figyelhető meg a képi és a nyelvi között: a vizuális létezők különböző módon, de ugyanazt a szót jelenítik meg, míg a leírtak képi jellegre tesznek szert (lásd ezt abban, ahogy a háttérben a Job felirat egy absztrakt mintává alakul át, mintha csak egy tapéta ismétlődő formája lenne). Az írás képpé, a kép írássá válik.

Az írás világában a gravitáció hatástalan marad a testekre. A női alak nem támaszkodik szilárd talajra, és nem is felugrás közben látható, könnyedén belebegi a Job által kijelölt kört. A hosszú, fekete hajzuhatag (amely újfent visszaadja a cigarettapapír fekete dobozát) körüllegi az alakot, mintha annak súlytalan mozgásától függetlenül úszna a légüres térben. A haj könnyed mozgása, kecses vonalai mintha épp úgy terjengének, mint a cigaretta füstje, mindkettő körülöleli az arcot, és annak pillantását, mely egyetlen, a képen belül elhelyezkedő pontra irányul: a cigarettára. A kortárs illem szintén könnyelmű, sőt talán egyenesen helytelen cselekedetnek tartotta a nők nyilvános helyiségekben való cigarettázását, ahogy a haj szabadon hagyását is. Nyilván ettől nem független Mucha döntése a nő megjelenítését illetően. A mindent átható lebegés, az anyagok könnyedsége, a légiesség és súlytalanság miatt a reklámkép a szabadság képzetével hozható kapcsolatba. A nő szabadon cselekszik, alakja olyan, mintha szabadesésben lenne, míg körülötte szabadon lebeg ruhájának széle és az azt szegélyező, szinte egyneműnek tűnő haj és cigarettafüst. A szabadság képzele hatja át a Jobot visszhangzó világot, mely épp olyan könnyed, mint a cigarettapapír. A reklámkép tehát a termék egy minőségét ragadja meg, és kapcsolatba helyezi egy olyan képzetrel, mellyel nincs egyébként viszonyban, semmiféle egyenes következésben, hanem az tulajdonképpen a reklám működése közben jön létre.

Mucha plakátjának azt a megközelítését választottuk, melyből a reklámképek néhány jellegzetes formája bukkant elő. A mű megjelenése óta eltelt időben a reklámkommunikáció szintén megtalált néhányat ezek közül, és ráépítette saját nyelvét. A Mucha-mű így egy korai megfogalmazása a figyelemfelkeltés azóta kiforrott technikáinak, s műként képes meg is nyilvánulni erről. A második példában hasonlóan kézenfekvőnek tűnik a választás. René Magritte *A tiltott másolás* (*La reproduction interdite*) című alkotásának bevonását nem is kell részletesebben megmagyarázni, minthogy a kép uralkodó eleme egy tükör. Tükör a festményen, a festmény egy tükör. A műalkotás tükrözi a valóságot, szoktuk mondani. Mit jelent ez? Milyen tükör a kép, ha az egyáltalában? A korábbiakban ezt a különbséget a látványalkalom és a pusztá látvány fogalomkettősében igyekeztünk megragadni, melyhez Magritte képe, úgy tűnik, mintha csak illusztráció lenne. Pontosabban felhasználhatjuk illusztrációként, ezzel megszüntetve lényegét, mert a kép műalkotásléte épp abban él, hogy nem hagyja magát egyetlen jelentésbe bezárni. Most mégis tegyünk egy kísérletet arra, hogy ebből a képből ismerjünk fel valamit a képi tükröződésről.

Magritte tükre torz, de nem abban az értelemben, ahogy egy hétköznapi tükör esetében az elő szokott állni. Láthatóan alkalmatlan célja betöltésére, mert a felület a várakozással ellentétben nem mutatja a beletekintő személy arcát. A festő a megrendelőhöz, Edward James

költőhöz címzett levelében portrénak nevezi az 1937-ben frissen elkészült alkotást,<sup>35</sup> mely meghatározással szintén alapvető gondok merülnek fel. Az arckép arc nélküli: a képen látunk egy háttal álló alakot, mely tükörbeli megjelenésében ugyancsak hátat fordít a szemlélőnek. Magritte reálisnak tűnő formákkal és arányokkal operáló, részletező és tiszta stílusa miatt talán még jelentősebb kontúrt kap a képen azzal egy időben jelentkező zavar. A portré nem portré, a tükör nem tükör, mégis olyan, *mintha az lenne*. A minthajleg egy olyan működésre mutat rá, melyben Boehm (illetve előtte Konrad Friedler és Max Imdahl is) egy különbséget ismer fel, és a konstatáló észlelés, valamint a magát megvalósító látás egymással szembenálló fogalmával írja le. A műalkotás ellehetetleníti a habitualizálódott látás reflexszerűségét, azt, ahogy a mindennapokban a körülvevő világot konstatáljuk, s egy másfajta látásra ösztönöz, mely magát valósítja meg, amennyiben „igen kevésbé tartja magát dologi tényállásokhoz, ellenben szabad vizuális lehetőségeket bont ki az adotton”.<sup>36</sup> Látni egy festményt nem egy cselekvés pusztá végrehajtása, nem a képi elemek számbavétele, hanem egy összefüggésbe lépés: azt jelenti, hogy felkérést kaptunk a közös alkotásra. Ebben az értelemben a tükörbe belenézhetek, míg a festett tükör vissza nézhet rám. Magritte két alakjának egyikén sem látható egyéniségre utaló vonás, nem ismerhetem fel, mint Edward James vagy valaki más portréját (melynek csak egyik oka az arc láthatatlansága, a semlegességet biztosítja az öltözet, hajviselet átlagos volta, más megkülönböztető jegy hiánya, stb.). A festmény a mindennapitól eltérő módon képez identitást, míg a képen megjelenő két egymással teljesen megegyező figura nyelvileg alig megnevezhető és megkülönböztethető. A képen lévő szubjektumok mégis különállók, elfordulnak a szemlélőtől, mely ellehetetleníti, hogy felismerhető legyen valami képen kívüli, egy történelmi alak vagy a festészeti hagyományban élő ábrázat. *A tiltott másolás* figurái egyéniék, mégis semlegesek arctalanságukban, egymást reprodukálják úgy, hogy kizárólag a festmény ismétlődő ritmusában lépnek elő, egyszerre rejtőzködnek és fedődnek fel. Míg a pusztá látvány konstatálható és jegyei alapján felismerhető, a látványalkalom voltaképp konstruál és a – gadameri értelemben vett – újrafelismerésben részesít, vagyis a tétje az, hogy „mennyire tudjuk benne magunkat és valami mást újrafelismereni”.<sup>37</sup>

A festő a láthatóságot láthatósággá alakítja, voltaképp hermeneutikai feladatot végez: tevékenysége értelmezhető fordításként. Max Raphael a folyamatot négy lépcsőben írja le: 1. a látható anyagokat (a valós dolgok materiáit) és a láthatatlanokét (lelki és életfolyamatok) egyaránt festékbe, színbe, vonalba váltja át, 2. az ábrázolás anyagából a felidézés anyagát alkotja meg, 3. a színfoltokat egyenként helyi értékkel látja el, amelyet azért tehet, mert azok a többi színfolthoz viszonyulnak, és ugyanakkor különböznek, 4. a színfolt három funkciójára (ábrázolás, felidézés, kompozícióteremtés) alapozva rész-egész viszonyokat hoz létre.<sup>38</sup> A festmények alkotójának több, egymásba épülő fordítási műveletet kell elvégeznie, hogy a kép létrejöhsen, melyben a természeti minta épp úgy nem kerül bele, mint a lefordítandó szöveg idegen nyelvű szavai. A lényegek mázolója nem másol vagy reprodukál a tükör módján. A Magritte-festmény, miközben egyértelműen egy megkettőződést mutat, arra figyelmeztet címében, hogy tilos a másolás, a

<sup>35</sup> Vö. Orosz István: *Könyv a tükörben*. = *Magyar Művészet* 2018/1. Szerk. Kulin Ferenc. Elérhető: [http://www.magyar-muveszet.hu/upload/userfiles/2/publications/202001/pdf/MM2018\\_1belivek\\_02\\_orosz.pdf](http://www.magyar-muveszet.hu/upload/userfiles/2/publications/202001/pdf/MM2018_1belivek_02_orosz.pdf) (Utoljára megtekintve: 2022.10.08.) 19.

<sup>36</sup> G. Boehm: *Képleírás*. 23.

<sup>37</sup> H.-G. Gadamer: *i. m.* 95.

<sup>38</sup> Vö. Max Raphael: *A műalkotás és a természeti minta*. = *Athenaeum. Kép – Képiség*. I(1993)4. 48–49.

reprodukció. Úgy tűnik, cím és mű ellentmond egymásnak, épp úgy, ahogy az alak és a mellette, a tükör előtt, fekvő könyv visszképe is különböző; utóbbi úgy tükröződik, ahogy az elvárható lenne egy könyvtől. Kép és szó ütköztetése a Magritte-életmű visszatérő problematikája (hogy csak egy példát említsünk, a *Mágikus tükör* című mű szintén a tükröződéssel játszik, a festményen a tükör visszaverő felületének szokott helyén egy felirat olvasható: emberi test), mellyel kapcsolatban az eddig felvetettek kontextusában arra kell felhívunk a figyelmet, hogy akárcsak a Mucha-kép esetében, újra előállt a szövegszerűnek a kérdése pusztán annak okán, hogy bekerült a képi felületre. A festmény a felmutatottat egyben el is rejti, kérdésként és felhívásként fogalmazza meg, amit magában tart, s így képtelen egyszerűen leírni vagy lemásolni valami rajta kívül. A mű kivételes lehetősége a kérdezésnek, s ami a terébe bekerül, azt ebben a fordításban és átváltozásban tartja, hogy a szemlélő ne konstatálhassa, hanem megvalósítsa azt a látásban. A pusztá látvány nem tartogatja magában a kérdést, a tükör csak akkor rejt el valamit, ha torz, míg a festmény épp ellenkezőleg, ha nem kelti a szokatlant, akkor a keret kiürült.

A fenti két műértelmezés jó okot szolgáltatott egy-egy kitérőre a képi kérdések körül, ugyanakkor meg is kívánják haladni illusztratív jellegüket azáltal, hogy igazolásként szolgálnak, amellet érvelnek, hogy a festmények átjárhatóságot, átláthatóságot teremtenek. A művek aszerint nyíltak ki, hogy milyen kérdést fogalmaztunk meg velük szemben, s maguk is kérdésekkel válaszolnak. Gadamer az első sorokban már idézett bevezetőjéhez fordulhatunk újra, hogy ezt összefoglalhassuk, mely szerint „az, ami a műalkotásban igazolásra lel, az az egyáltalában vett lét lényegét érinti”.<sup>39</sup> Önmagában már az kísérlet, ha ezzel a felhívással fordulunk a képi létezőhöz. Kísérlet, melyet nem laboratóriumban, steril körülmények között végzünk, hanem a lét átláthatatlanságában. A műalkotások azt ajánlják fel, hogy a létet ebben a sűrűségében, elrejtettségében lássuk – felhívások arra, hogy belenézzünk a tükörbe, és újra csak hátulról lássuk magunk.

### Experiment around the Image

*Keywords: painting, advertisement image, mirror image, hermeneutic circle, work of art, tool, thing, world, myth, vision, spectacle*

To be able to approach the artistic image, we have to envision it as the origin of a circle. It moves in the space which is intrinsically designated and still, it shows itself without changing its essence. It is surrounded by other types of spheres which define each other by mutually drawing borders; they become surfaces that exclude each other. The common image base makes it possible that the circle of paintings is not only comparable in itself but the differences amid other objects and paintings can be grasped. In this study paintings are displayed between advertisement images and mirror images on the same wall surface so that their accents can be described. The purpose of this study is not only to point out the obvious which is that the previously mentioned are not identical. We are striving to get closer to the essence of image based works of art through a pendulum-style motion of zooming in and out.

<sup>39</sup> M. Heidegger: *i. m.* 26.