

*Pusztai Virág*

## Mivel jár a képek diadala?

*Fejtegetések a vizuális információk felértékelődéséről és napjaink vizuális kultúrájáról*

A mai embert nap mint nap megszámlálhatatlan vizuális impulzus éri. Vannak, akik szerint az inergazdag képi környezetnek áldásos hatásai lehetnek, de egyre gyakrabban hallhatjuk ezt a kifejezést is: *vizuális túlingereltség*. A vélemények széles skálájával találkozhatunk azt illetően, áldás-e avagy átok a televízió, az internet, vagy éppen az okostelefonok által diktált tempó. Egy biztos: mivel a képi információk soha nem látott szerepet töltenek be az emberek életében, mindent meg kell tennünk annak érdekében, hogy megismerjük azokat az okokat, amelyek ide vezettek, és felmérjük a hatásokat, következményeket, amelyeket e kommunikációs csatorna túlsúlya idéz(het) elő. A probléma aktualitása ellenére a társadalmi párbeszéd ezen a téren még nem különösebben élénk. Pedig itt volna az ideje annak, hogy feltárjuk: mivel jár a képek diadala?

A mozgókép-rögzítési eljárások felfedezése, a vizuális média térhódítása előtt az ember csupán a közvetlen környezetéről, a látótávolságán belülre kerülő dolgokról tudott képi információt szerezni. Ha a látótávolságán kívül eső dolgok érdekelték, egész testét, teljes fizikai mivoltát az információszerzés szolgálatába kellett állítania. Helyet kellett változtatnia, hogy az őt érdeklő tárgyak, jelenségek közelébe jusson. Ahogy haladunk a múltból a jelen felé, ez a helyváltoztatás egyre kevesebb időt vett igénybe. A motoros közlekedési eszközök elterjedésével a földrajzi elmozdulás nagyságrendekkel gyorsabban mehetett végbe, így az egységnyi idő alatt begyűjthető vizuális impulzusok száma megnőtt.

A mozgókép megjelenése óta pedig már a térben sem kell elmozdulnunk ahhoz, hogy tőlünk távoli vidékek nyújtotta látványvilággal ismerkedjünk. Mióta majdnem minden háztartásban van televíziókészülék, a képi és verbális információk egyaránt az otthonunkba jönnek, a távirányító gombjaival még válogathatunk is közülük. A szervezés, a készülődés, az ábrándozás, az utazás felkészítő előzménye nélkül, pillanatok alatt átugorhatunk (például) egyik kontinensről a másikra. Otthonunk kényelmét élvezve, a fotelből, alkalmasint vacsora közben vagy italt kortyolgatva fogadhatjuk be az olyan vizuális impulzusok milliárdjait, amelyekhez korábban sokkal nagyobb energiakifejtésre volt szükség.

Azonban hiába tesszük ki magunkat vizuális impulzusok millióinak, sem a látószereink felépítése, sem az agyunk képalkotásért felelős része nem változik. Ha egy órán át 120 km/órás sebességgel szágulduunk az autópályán, nem tudunk több információt feldolgozni, mint ha lovaskocsin utazunk ugyanannyi ideig. Nagyobb sebességgel hosszabb utat járunk ugyan be, több fa, több ház, több látnivaló mellett suhanunk el,

információink nagyobb teret fognak át, de kevésbé alaposak. Minél több impulzust fogadunk be egységnyi idő alatt, ismereteink annál felületesebbek lesznek.

A vizuális impulzusok mérésével a szociológusok is foglalkoznak. Azt a mérőszámot, amely egy adott időpontban egy adott területen jelzi a képek számát, *képsűrűségnek* nevezik. Magától értetődően az emberi civilizációtól távol eső természeti tájakon, például egy sivatagban, amelyen átutazva órákon át gyakorlatilag ugyanazt látjuk, ez az érték nulla/km<sup>2</sup> is lehet. A legnagyobb városok bevásárlóközpontjaiban viszont több tízezer is jut egy km<sup>2</sup>-re.

Helmut Langer a nagyvárosi utcaképet vizsgálva még 1985-ben megállapította, hogy van egy bizonyos határ, amelyen felül hiába éri az embert számtalan vizuális inger, nem tudja őket felfogni. A tudatos szint feletti vizuális ingerek szinte *kioltják* egymás hatását, és mintegy *az érzékelés peremére* kerülnek. Ezt a jelenséget nevezi Langer *vizuális inflációnak*.<sup>1</sup>

Néhány generációval korábban az emberek vizuális értelemben sokkal ingerszegényebb környezetben éltek. Sokan azt sem tudták, milyen látvánnyal, látványosságokkal kecsegtet a szomszéd város. Saját, szűkebb környezetüket viszont valószínűleg sokkal behatóbban ismerték, mint a mai ember, hiszen több kapacitásuk maradt a részletek befogadására, az aprólékos megfigyelésekre. Ismerték a talpuk alatt lévő földet, a csillagok járását a fejük felett, számon tartották a körülöttük sarjadó növények tulajdonságait. Ismereteik testközeli élményeken alapultak, tekintetüket és figyelmüket maguk irányították. A ma embere ezzel szemben más földrészek állatait is ismeri, de ezt az ismeretet a technikai eszközök közvetítik felé. Úgy lát, ahogyan azt a filmfelvételt készítő operatőr kamerájának mozgása meghatározza számára. Űkapáinknak aligha volt alkalmuk például zebrát szemlélni, de megvolt a szabadságuk, hogy eldöntsék: jobbról balra vagy balról jobbra mérik-e végig az állatvásáron a lovat. Ha akartak, közel mentek hozzá, vagy éppen néhány lépéssel eltávolodtak. Mi, kései leszármazottak a számos természetfilmes csatorna révén bármilyen egzotikus állatot megismerhetünk, de csak úgy, ahogyan megmutatják nekünk. A kamera vezeti a szemünket aszerint, hogy jobbról balra „svenkel”, vagy éppen kívülről befelé „zoomol”. Nem mi irányítjuk a megfigyeléseinket, hanem a mások által diktált iramban és irányban „látunk”.

A képi információk befogadása önmagában értelmetlen, ha ezeket az információkat nem tudjuk feldolgozni. Akár széles spektrumon mozgó, de elnagyolt ismeretekhez, akár aprólékos megfigyelésekhez jutunk, a hibás feldolgozás, a téves következtetések levonása veszélyes lehet mind az egyénre, mind annak környezetére nézve. A hibás feldolgozás esélye a második esetben is megvan, ám az első esetben jóval nagyobb.

A mozgókép korszakának hajnalán sokan úgy gondolták, csupán pozitív hatásai lehetnek annak, ha emberek tömegei előtt tágul és tárul ki a világ. Arra azonban kevesen gondoltak, hogy a vizuális túlingereltség problémák egész sorát veti majd fel. A vizuális információ ugyanis képi kommunikációs viszonyt teremt, és a túl sok nívum vagy a feldolgozatlanul maradt információhalmaz megterhelő lehet az ember, mint

vevő számára. Arról nem is beszélve, hogy a mennyiség dömpingje miatt a vizuális kommunikáció jeleinek leadói egyre erőteljesebb hatásfokkal kénytelenek működni az eredmény, vagyis a figyelem érdekében.

A mozgóképek készítésére és levetítésére alkalmas eszközök óriási sebességgel terjedtek el a világban, a nagyszülő számára még újdonságnak számító televíziót az unoka már az élete egyik meghatározó részének tekinti. A vizuális túlterheltség hirtelen szakadt rá az emberiségre, nem hagyva időt arra, hogy kialakuljon az új jelenség kezelését elősegítő vizuális kultúra.

Az utcákon végighaladva egyre több színes óriásplakát követeli a figyelmünket. A reklámok elárasztják az otthonainkat. A televízióban, moziban a mondanivaló kifejezésére egyre többféle képkockát használnak, egyre gyorsabbak a snittek, harsányabbak a színek, egyre több a vágás, egyre „pörgősebb” a film. Digitális gépek által termelt fotók ezrei teszik értéktelenné az emléket, amit régen egy-egy babakori vagy esküvői fénykép képviselt. Találón fogalmazza ezt meg Lewis Mumford *A gép mítoszában*: „Önmagunk és valóságos élményeink, valóságos környezetünk között ott hömpölyög a képek egyre emelkedő áradata, amelyet a legkülönfélébb források – a fényképezőgép és a nyomtatás, a film és a televízió – táplálnak. Régente a kép, a képi szimbólum ritka dolog volt, elég ritka ahhoz, hogy elmélyült koncentrációra tarthasson igényt. Mára azonban a valóságos élmény lett a ritka, és a kép mindennapossá vált.”<sup>2</sup>

Mindezt a kor embere – egyelőre – még nem úgy éli meg, mint a szabadsága korlátozását. Még nincs lázadás, de e sorok írója reméli, hogy nincsenek már messze azok az idők, amikor mind többen állnak ki azért az *alapvető szabadságjogért*, hogy tiszta fejjel mehessenek végig egy utcán, anélkül, hogy lépésenként akarnák meggyőzni őket egy-egy termék, szolgáltatás birtoklásának és bírásának előnyeiről. Ideje ráébrednünk, hogy a szabadság fogalmába ez is beletartozik!

Sajnos, valószínűsíthető, hogy a képi dömping a valódi vizuális értékeknek, a képző- és iparművészet, a fotóművészet és a filmművészet „termék”-einek sem kedvez, hiszen az avatatlan szem egyre nehezebben veszi őket észre. Ráadásul, mióta gyakorlatilag bármely műalkotás hazavihető egy-egy albumban, netán bármikor letölthető az internetről, a kiállítások is veszítettek a vonzerejükből.

Korunkban nem kell mélyreható vizsgálatokat végezni ahhoz, hogy szembeötlő legyen: a vizualitás felértékelődése nem jelenti azt, hogy a széles tömegek vizuális kultúrájának szintje emelkedett. Sőt, mintha éppen az ellenkezőjét tapasztalnánk. Elég bekapcsolni a televíziót, és megnézni a kereskedelmi csatornák népszerű műsorainak stúdióképét, vagy szemügyre venni az újságosbódék kirakatában látható bulvárlapok címlapjait. A harsány, rikító, izléstelen, giccses „motívumvilág” már túlcsordult a bulvármédia hatókörén, és (az egyébként értékorientáltságot zászlajára tűző) közszolgálati csatornák vetélkedőire vagy a nagy múltú női magazinokra is jellemzővé vált. – A háttérben természetesen a figyelemért (nézőszámért, olvasókért) folytatott harc áll.

A képdömpinggel és a szepérezéssel rendelkezőknek gyakran már fizikai fájdalom-

kat okozó, agyunkba tolokodó látványvilággal megküzdeni nem könnyű. Ráadásul a terep, amelyen korunk látványkultúrája mozog, állandóan változik. A megújulási hullámok pedig nem alkalmazkodnak a generációváltásokhoz, egy emberöltőn belül többször is átalakulnak a jelek és jelrendszerek. Így az emberek felnőttként is időről időre új, ismeretlen terepen találják magukat. Ez a helyzet sokak számára izgalmas, vonzó, ingerlő, míg másokra elbizonytalanítóan, irritálóan hat. Akármilyen hatást is váltanak ki az újmódi vizuális ingerek, ha a jeleket nem tudjuk értelmezni, akkor veszélybe kerülünk, védtelenné és befolyásolhatóvá válunk.

Sok szakembert foglalkoztat az a kérdés is, hogy az emberi információfeldolgozás folyamatában mikor és miért dominál a verbális-nyelvi jelrendszer a vizuális-képi felett, és mikor fordítva? A mozgóképgyártás korának beköszöntésével leáldozott a Gutenberg-galaxis<sup>3</sup>? A válasz valószínűleg összefüggésben van azzal, hogy míg az írásbeliség erősen nyelvhez kötött, addig a képi ábrázolás gyakorlatilag független a nyelvi adottságoktól. Erre a következtetésre jutott az 1970-es években Kepes György, aki szerint az írás-olvasás társadalmi elértéktelenedésével párhuzamosan a vizualitás dominanciájához hozzájárul még az is, hogy „a tényeket és eszméket nagyobb mértékben és mélyebbre hatolva tudja közvetíteni a vizuális nyelv, mint más kommunikációs eszközök.” Kepes szerint a vizuális nyelv minden más kommunikációs eszköznél jobban közvetíti a tudást, a kép dinamizmusa életre kelti a statikus verbális fogalmakat. A vizuális ábrázolás egyetemes és nemzetközi érvényű jelrendszerrel dolgozik, amely az érzéki ingerek és a külvilág látható struktúrája közötti megegyezésre épül. A vizuális közlés befogadása viszont egy alkotó integrációs tevékenységet igényel a nézőtől. Ahhoz, hogy ennek az új képi világnak ne csak *egydimenziós*, passzív fogyasztói legyünk, hanem alkotó részvevői is, „ahhoz, hogy életünket olyanná tegyük, amit érdemes végigélni, új irányba kell indulnunk...”<sup>4</sup>

Hogy a vizuális nyelv valóban mélyebbre hatolva tud-e tartalmakat közvetíteni, arról persze megoszlanak a vélemények. S. Nagy Katalin például egyenesen korunk gyermekbetegségének nevezi a vizualitást. Felhívja a figyelmet arra, hogy a képdömpingben meghal a legsajátosabb, legindividuaisabb, senki máséval össze nem téveszthető tevékenységünk: a képzelet. „A mesekönyvet, gyermekverseket hallgató gyerek elképzeli a szereplőket úgy, ahogyan azok az ő saját, valóságos tapasztalatai és fantáziavilága alapján léteznek, kivetíti legbelső énje szorongásait, agresszióit, megmagyarázhatatlan sejtelmeit, okokat, magyarázatokat talál az együttműködés során, megfoghatóvá válik a megfoghatatlan, és megfoghatatlanná a megfogható, ezáltal értelmeződik a világ. A diafilmek Jancsi és Juliskája, János vitéze, Aladdin és csodalámpája, a mozifilmek Csipkerózsikája, Hamupipőkéje elveszi a gyerektől a képzeletbeli képteremtés lehetőségét. Az azonosulásnak és azonosításnak más síkja ez. Konkrétumokhoz kötött, egysíkúbb, sematikusabb, és ami a legfontosabb: személytelenebb. (...) Aki gyerekkorban megszokja a kényelmes, passzív formulát – mi (televízió, képűjság, film, képre-

gény, videó stb.) adjuk a képet, te csak nézed és elfogadod –, attól felnőtt korában sem lehet megkívánni, hogy a felnőtt gondolkodás eszközeit részesítse előnyben.”<sup>5</sup>

Véleményem szerint a vizuális-képi jelrendszer dominanciája szükségessé teszi, hogy a vizuális nevelés mibenléte ne csak a rajztanárokat vagy a filmeseket foglalkoztassa, hanem sokkal szélesebb körű figyelmet igénylő, összetársadalmi problémakörként tekintsünk rá.

Arra kellene törekednünk, hogy a társadalom tagjai minél nagyobb arányban rendelkezzenek kellő kritikai érzékkel, képesek legyenek az önálló gondolkodásra, és arra, hogy különbséget tudjanak tenni a valóság és a fikció között. Lássák meg az értékeket, képesek legyenek a vizuális művészet befogadására, ezáltal élvezetére.

Szuromi Pál, szegedi művészettörténész *Sorvadó szempárok* című tanulmányában látáskultúránk pozíciójáról ír. Nehezményezi, hogy a vizuális művelődéssel, vizuális esztétikával kapcsolatban Magyarországon utoljára a '70-es, '80-as években születtek termékeny vitákat indukáló, tudományos, ismeretterjesztő áttekintések. Szuromi szerint „az utóbbi évtizedekben ugyancsak elhanyagoltuk e folyamatos kihívásokat produkáló területet. Pedig azóta az idő, a technikai fejlődés újabb és újabb eszközökkel látta el a mindennapi gyakorlatot. Mi pedig ott tartunk, hogy alkalmanként egy-egy aktuális részletproblémáról diskurálunk. Akárha a politika, a gazdaság és a gyarapodás szempontrendszerében a vizuális felkészültségnek pusztán csak mellékes, sokadrangú szerepe lenne.”<sup>6</sup>

Valóban itt lenne az újabb diskurzusok ideje, hiszen korunk vizuálisan túlingerelt emberének nyilvánvalóan segítségre van szüksége ahhoz, hogy eligazodjon a rengeteg impulzus között. Ahhoz, hogy a mozgókép áldás és ne átok legyen, kellő kritikai érzékkel rendelkező, önálló gondolkodásra képes egyéneknek kell a képernyők elé ülni. Egy újfajta vizuális nevelésnek kell megvalósulnia, amely reflektál a kor kihívásaira. Annál is inkább, mert korunk vizuális kor, „olyan történeti korszak kezdetén vagyunk, amelyben a kép átveszi az írott szó helyét.”<sup>7</sup>

## Jegyzetek

<sup>1</sup> Langer, Helmut: *Visuelle Gestaltung – visuelle Inflation*. In: *Format*, 17/2., 1985. 17–24. old.

<sup>2</sup> Mumford, Lewis: *A gép mítosza*. Európa Könyvkiadó, Budapest, 1986. 242–244. old.

<sup>3</sup> A Gutenberg-galaxis kifejezés Marshall McLuhan kanadai médiateoretikustól származik, aki a nyomtatott kultúra korszakát ezzel az elnevezéssel különböztette meg a könyvnyomtatást megelőző kódexvilágtól, melyben az írott szövegeket még nem lehetett tömegesen sokszorosítani.

<sup>4</sup> Kepes György: *A látás nyelve*. Budapest, Gondolat Kiadó, 1979. 5–6. old.

<sup>5</sup> S. Nagy Katalin: *Vizualitás, mint korunk gyermekbetegsége* – <http://www.oszk.hu/kiadvany/iras/14nk.html>

<sup>6</sup> Szuromi Pál: *Sorvadó szempárok – Látáskultúránk pozíciói* (2010) In: *Irodalom- és művészettörténeti tanulmányok* 5. A Móra Ferenc Múzeum évkönyve. Bába Kiadó, 5. old.

<sup>7</sup> Gombrich, E. H.: *A látható kép*. In: Horányi Özséb (szerk.): *Kommunikáció II.*, Budapest, Közgazdasági és Jogi kiadó, 1978., 123. old.