

# A KÉPEK NYELVÉNEK BÁBELI ZŰRZAVARA

■ „*És monda az Úr: Ímé e nép egy, s az egésznek egy a nyelve, és munkájának ez a kezdete; és bizony semmi sem gátolja, hogy véghez ne vigyenek mindent, a mit elgondolnak magukban. Nosza szálljunk alá, és zavarjuk ott össze nyelvöket, hogy meg ne értsék egymás beszédét.*”<sup>1</sup>

(1 Móz 11, 6–7)

## Bevezetés

■ Bábel tornyának története egy isteni közbeavatkozás története. Isten a nyelvek létrehozásával parancsol megálljt az emberi gőgnek: az egymást nem értők kénytelenek szétszéledni a földön, félbehagyva a közös mű építését, mely révén elérhetnének az egekig. Ennek reménye azonban újra és újra feltámadni látszik, amikor felmerül a mindenki által megérthető, közös nyelv megalkotásának gondolata. Az olyan mesterséges világnyelvek létrehozására tett kísérletek mellett, mint az eszperantó, a latino sine flexione vagy az interlingua – esetleg napjainkban az internationalenglish –, időről időre felmerül, hogy talán a képek nyelve lehet az, amely egyetemes és bárki számára érthető. E reményt erősíti az a tendencia is, melynek során a képek egyre inkább kiszorítják a különféle nyelveken leírt szavak helyét. A Gutenberg-galaxis leáldozásával párhuzamosan pedig hétköznapi használati eszközzé válnak a képek készítésére és fogadására alkalmas, mind fejlettebb eszközök, tehát minden lehetőség adottnak látszik a könnyed képi információcserére.

2010-ben készült el az Instagram<sup>2</sup> nevű alkalmazás, az a közösségi háló, amely kifejezetten fényképek és rövid videók okostelefonon történő megosztása céljából jött létre, és három év alatt 100 millió felhasználóra tett szert. 2011-ben elindult a Snapchat<sup>3</sup>, az a képüzenet-applikáció, melynek előnyeként azon tulajdonságát emelték ki, hogy a képek csak rövid ideig láthatók, majd eltűnnek, és elérhetatlenné válnak. (Vagyis elszállnak, mint a szó, így később nem kompromittálják készítőiket, szereplőiket.) A Snapchat aktív felhasználóinak száma 2017-ben elérte a napi 166 millió főt. 2013-ban létrejött az Emojipedia<sup>4</sup>, amely olyan szabványosított karaktereket, ún. hangulatjeleket, emotikonokat vagy más elnevezéssel emojikat tartalmaz, amelyeket érzelmek kifejezésére, tárgyak, helyek, állatok, időjárási viszonyok stb. színes képi megjelenítésére lehet használni. De mára az olyan népszerű chat-alkalmazásokban, mint a Viber vagy a Messenger, szintén alapvetővé vált, hogy a programon belül készített vagy a telefon/számítógép galériájából feltöltött képekkel is lehessen kommunikálni, nem beszélve az ún. matricák széles tárházáról, amelyek a kö-

szónés, a rövid felszólító mondatok, óhajok, hangulatok verbalizálásának kiváltására használatosak. (Például ha valakit a születésnapján szeretnénk felköszönteni, nem kell a jókívánságot leírni, elég a számos, feliratos vagy szöveg nélküli képecskéből kiválasztani egyet.) És ott vannak az 1-2 másodperces mozgóképek, a GIF-ek (GraphicsInterchangeFormat), amelyek manapság szintén jelentős szerepet töltenek be az üzenetcsereiben.

A képi kommunikáció előtérbe kerülésének megítélése vegyes: vannak, akik éltetik, másokból aggodalmakat vált ki. A jelenség pozitív hatásai között szokás említeni, hogy a vizuális nyelv nemzetközi, eltűnnek a beszélt nyelvre jellemző akadályok, hiszen a képeket nációtól, műveltség-től és nyelvtudástól függetlenül bárki értelmezheti. Az aggódók viszont a kifejezőmód árnyaltságát és pontosságát, valamint a tudás rögzíthetőségét és továbbadhatóságát, illetve az erre való fogékonyságot látják veszélybe kerülni.

Felmerül a kérdés: vajon valóban egyetemes-e a képek nyelve, vagy a kulturális különbségek és az eltérő ábrázolási konvenciók itt is megzavarhatják az információátvitelt? Valóban mindenki ért ezen a nyelven, vagy szükség van tanulási folyamatra, valamiféle vizuális műveltség megszerzésére? Amikor a cégek állandó arculatváltási, az emberek pedig stílusváltási kényszertől szenvednek; amikor halálfejekkel díszített harisnyanadrágot látunk a kislányokon; amikor hátakra tetovált kínai írásjeleket látunk olyan egyéneken, akik bementésre hiszik el, hogy azok mit jelentenek; amikor a mandala, az életfa, a kereszt vagy más szimbólumok lakásdekorációs funkciót töltenek be, vajon joggal támad-e az az érzésünk, hogy a bábeli zűrzavar hasonlata a kommunikációnak erre a szegmensére is alkalmazható? Remélhetjük, hogy a képek nyelve letisztul annyira, hogy a vele kódolt üzenetek világosabbá váljanak? Kialakulhat-e egy döntően vizualitásra támaszkodó kommunikáció anélkül, hogy ez valamiféle visszalépést jelentene az információcsere pontosságában és a tudásközvetítés eredményességében?

Jelen tanulmány nem vállalkozhat arra, hogy egyértelmű választ adjon ezekre a kérdésekre, csupán adalékokkal kíván szolgálni a problémakör megragadásához.

## A vizuális nyelv és kommunikáció néhány sajátossága

■ A vizuális nyelv nyelvi jellegének alátámasztása, illetve a vizuális nyelv definiálhatóságával és a verbális nyelvvel való összevethetőségével kapcsolatos szakirodalom áttekintése jelen munkának nem tárgya. Ám meg kell jegyeznünk, hogy a vizuális jelek és a képkompozíciók szavaknak, mondatoknak, szövegnek való megfeleltethetősége, tehát a verbális és a vizuális nyelv struktúrájának egymásra tükrözése a zsákcúba futás veszélyével fenyeget: nyilvánvaló, hogy a vizuális nyelvben nem lehet ugyanazokat a szabályrendszereket felállítani és működtetni, mint a verbális nyelvben. Ennek ellenére a vizuális nyelv nyelvi voltát és strukturális jellegét kétségbe nem vonva, a továbbiakban vizuális nyelv alatt mindenekelelt az ember által létrehozott látvány szerkezetét, elemeit és ezen elemek viszonyát értem, a belőlük összeálló képi jelrendszert és a jelrendszer által hordozott üzeneteket, melyet a látvány dekódolása által értel-

mezhet a befogadó. A vizuális nyelv jellemzőit számba vevő gondolatok komplex bemutatásának igénye nélkül csupán néhány, a vizuális kommunikációra vonatkozó alapvetéssel szeretném nyitni a bevezetőben felvetett problémák taglalását.

A vizuális nyelv alapvető alkotóelemeinek hagyományosan a pontot, a vonalat és a foltot tartják, melyeket a tónus és a szín, a forma és a felület valamint a fény-árnyék viszonyok helyeznek kontextusba. Sándor Zsuzsa az alkotóelemek közé sorolja a vizuális dinamikát, a hangsúlyozást, a figyelemirányítást, az építkezést/szerkezetet, az arányt és harmóniát, valamint a ritmust. Kitér a téri dimenzionáltságra, valamint az időre is, azaz a mozgás, a változás, a folyamat ábrázolásának módjaira.<sup>5</sup> Természetesen, ha a képek nyelvéről beszélünk, megkülönböztethetjük az egyedi (álló) kép és a mozgókép nyelvét, noha utóbbi kétségtelenül visszahat az előbbire is. A mozgókép nyelvének eszköztára még összetettebb, hiszen itt a filmidő másképp strukturálja az üzenetet, mint a mozdulatlan kép esetében, amely csak jelképesen képes érzékeltetni az időt, nem is beszélve a montázsban rejlő lehetőségekről.

A vizuális nyelv kétféle módon töltheti be jelentéshordozó szerepét. Egyfelől elvont mivoltában megjelenít valamit, tehát jelöl és jelentést hordoz. Másfelől komplex látványok, komponált képek összetevője, amely közegekben a jelentés szerves és elválaszthatatlan része.<sup>6</sup> Roland Barthes *kéttrendbeli jelentés*-elmélete szerint a jelentésnek van egy elsődleges és egy másodlagos szintje. Az egyik a *denotáció*: mindaz, amire a jel közvetlenül vonatkozik, egy kép esetében a látható dolgok megjelenítése, a konkrét vizuális elem. A *konnotáció* pedig a kulturális jelentés, a sugallt jelentés, amely ideológiákat is tükrözhet, illetve mindazokat az asszociációkat, érzéseket, gondolatokat takarja, amelyeket a kép szemlélése a befogadóban felidéz. Barthes szerint a denotáció a folyamat kiindulási szintje, majd a jelentésalkotás átvált a második szintre: itt már a konnotáción van a hangsúly, amely kulturális kódolású.<sup>7</sup> A jelentésnek ez a szintje tehát kultúrafüggő, dekódolásához szükséges a konnotáció ismerete.

Ez utóbbi szinthez kapcsolhatók a szimbólumok, amelyek mindig is jelentős szerepet játszottak mind a verbális, mind a vizuális kommunikációban. Esetünkben azért fontosak, mert a hozzájuk való viszony és a használatukkal kapcsolatos szokások megváltozásából számos kortünet olvasható ki, melyek által jobban megközelíthetők a 21. századi ember létjellemzői, kultúrájának sajátosságai. A képes beszéd, a jelképeken keresztül közlés korunkat megelőzően sokkal jelentősebb volt, ám mára erősen háttérbe húzódott. (Például a fent említett bibliai történet is a köznapi jelentésnél sokkal mélyebb közléseket tartalmaz.) A vizuális kommunikációban még ma is szép számban találkozhatunk szimbólumokkal, ám azok sok esetben már pusztán dekorációs szerepet töltenek be, vagy valamely nagyon leegyszerűsített jelentés kódolásaként használatosak – holott a szimbólumok egyik sajátossága, hogy speciális konnotáció kapcsolódik hozzájuk. Úgy tűnik, a jelképes értelem megfejtése egy olyan elvonatkoztatni képes látásmódot kíván meg a mai kor emberétől, amely egyre kevesebbekben van meg. Ezen a ponton felvetődik a dilemma, hogy ez vajon ok vagy következmény. Nehezen eldönthető, hogy a mindennapjainkat elárasztó képmennyiség az oka annak, hogy a képi jelek mélyebb értelme-

zése iránti igény és képesség elveszett, vagy ezek eltűnése vezet a képek fokozatos tartalmi kiüresedéséhez. A szimbólumhasználat anomáliáinak részletesebb példázása előtt azonban térjünk vissza az alapkérdéshez: lehet-e egyetemes a képek nyelve?

## Egyetemesség kontra kontextusfüggőség és ábrázolási konvenciók

■ A vizuális kommunikációval kapcsolatos alapvetések felvázolásakor már kibontakozni látszott a nemleges válasz arra a dilemmára, hogy a képnyelv lehet-e kultúrákon és nációkon átívelő – hiszen láttuk, hogy elmaradhatatlan velejárója a konnotáció, a másodlagos, kulturálisan meghatározott jelentés. Miért él mégis az egyetemesség ideája a köztudatban? Az igenlő válasz bizonyára egy praktikusabb nézőpontból fakad. Ha két különböző anyanyelvű egyén próbálja megértetni magát a másikkal, a szavakkal nem sokra mennek. Ha valamiféle rajzeszközt, esetleg képes kártyákat adunk nekik, van esély rá, hogy kimozduljanak a holtpontról. A képekkel való kommunikáció nyilvánvalóan sikeresebb lesz közöttük, mint a verbális, sőt egyedül az lehet sikeres! A verbálishoz képest a képi nyelv egyetemesebb – ez nyilvánvaló. Ám messze nem fogják tudni magukat olyan árnyaltan kifejezni, mint ha két, azonos nyelvet beszélő ember kommunikálna. Aligha lesznek képesek érvelni a véleményük mellett vagy az érzéseiket differenciáltan kifejezni. Erre még akkor is csekély az esély, ha két tehetséges, magas vizuális műveltséggel rendelkező képzőművészről van szó, hiszen a műalkotások befogadása és értelmezése egy rendkívül összetett folyamat, amelyre nehezen állíthatók fel szabályszerűségek.

Ugyanakkor a problémakörrel kapcsolatos viták egyik kisiklatója valószínűleg éppen az, hogy a vizuális nyelv használata kapcsán a legtöbben a vizuális művészetből indulnak ki, nem pedig – például – az Instagramra feltöltött, a készítő aznapi reggelijét ábrázoló fotóból, amely mögött semmiféle művészi szándék nem bújik meg, és tudatos konnotatív jelentés kódolása sem igazán érhető tetten. A művészi értékkel bíró látvány nyilvánvalóan nemzetiségtől, kultúrától, anyanyelvtől függetlenül mindenkire hathat valamilyen módon. (Bár a kulturális különbségek e hatásban is meghatározók lehetnek.) Ám a hatást nem szabad összekeverni a jelentéssel! Ahogy a szavak zenéjének, a beszéd dallamának is lehet valamiféle hatása anélkül, hogy megértenénk azokat, a képek okozta benyomások megszerzésének sem feltétele a maradéktalan dekódolás. Ha azonban nem impresszionálni, hanem kommunikálni szeretnénk, akkor a jelentésnek a lehető legkomplexebb módon kell feltárulnia ahhoz, hogy a folyamat sikeres legyen.

Az előzőekben már volt szó a vizuális kommunikáció összetevőiről: pont, vonal, folt, ritmus, kontraszt stb. Ha a napjaink dömpingjében keletkező képeket tekintjük, az esetek igen csekély részében fedezhető fel, hogy a készítő tudatosan építkezett volna ezen alkotóelemekből – noha a tömegkommunikáció képi információáramlást elősegítő voltát éltető gondolkodók kezdetben éppen azokat az önkifejezési lehetőségeket kutatták lázasan, amely ezen elemek új technológiákban való szándékolt használatában rejlenek. Ilyen volt például Kepes György, aki az ecsetet (egy

időre) letéve, a tudomány és a technika felé nyitva, a fotogramok képi világában merült el. Ő a fotóban és a filmben a látás dimenziójának kitágítását, az életet jobbá tevő, széles körű és hatékony nyelvet látott, amellyel kialakítható „a világ új képe”.<sup>8</sup> 1944-ben így fogalmazott: „a látás nyelve mint optikai kommunikáció az egyik leghatékonyabb eszköz ahhoz, hogy újra létrehozza az ember és a tudás harmonikus egységét. A vizuális nyelv minden más kommunikációs eszköznél hatékonyabban képes a tudást terjeszteni. [...] A vizuális kommunikáció egyetemes és nemzetközi: nem ismeri a nyelvet, a szókincs vagy a nyelvtan korlátait; egyaránt megérthetik írástudatlanok és művelt emberek.”<sup>9</sup>

A képek készítésére alkalmas eszközök elterjedése, állandó kéznél lévése azonban nem emelte látványosan a vizuális kultúra színvonalát. Egyre inkább úgy tűnik, hogy a képekkel való sikeres kommunikációhoz igenis szükséges egyfajta vizuális műveltség, a képi jelek ismerete. Antik Sándor szerint a verbális kommunikációs rendszerekhez hasonlóan, ahol az információ megszervezése és üzenetté alakítása igényel egy bizonyos fokú rendszerismeretet és nyelvi tapasztalatot, ugyanúgy a képi közlés is feltételez egy bizonyos fokú tudást és gyakorlatot.<sup>10</sup> Ami pedig az egyetemességet illeti: Lehmann Miklós megjegyzi, hogy a kulturális antropológiai kutatások eredményeinek fényében ez gyakran illúzióknak tűnik: „az egyes kultúrák olyannyira különböző módon viszonyulnak a képekhez, hogy ebben az értelemben egyetlen képi ábrázolás sem tekinthető univerzálisnak”<sup>11</sup> – írja, hozzátéve, hogy az ábrázolási szokások és szabályok nagy változatosságot mutatnak.

Sándor Zsuzsa kísérletében, amellyel a vizuális kommunikáció modelljét igyekezett feltérképezni, szintén rámutatott arra, hogy e kommunikációs folyamat sokszorosan kontextusfüggő. „A befogadó üzenetértelmezése részben találkozik az alkotói szándékkal, részben felkészültségei és egyénisége alapján sajátos vonatkozásokkal bír.”<sup>12</sup> Emellett teljes körű dinamizmussal is rendelkezik: az alkotási folyamat formálja az alkotó gondolkodását, a befogadási folyamat pedig a befogadói gondolkodást. Hangsúlyozza azt is, hogy a vizuális kommunikáció „minden szereplője és minden mozzanata a társadalmi-kulturális környezet viszonylatában nyer értelmezést”.<sup>13</sup>

A Bálványos Huba – Sánta László szerzőpáros úgyszintén felhívja a figyelmet arra, hogy az ábrázolási konvenciók ismerete „elébe állhat” a látásnak, és meghatározhatja azt. Úgy vélik, aki „begyakorolt” egy sajátos ábrázolási rendszert, „attól kezdve az egyéni észlelés során számára a megtanult konvenció sémái szerint rendeződnek képpé a mégoly virulens változatosságban jelentkező optikai alakzatok. Minél olajozottabban működik a konvenció, annál kényelmesebb és gyorsabb a megismerés – a konvencióhoz leginkább illő látványok körében.”<sup>14</sup> Am hozzáteszik, hogy a konvenció leblokkolja az új, másféle látványok iránti fogékonyságot. Az egyoldalú vizuális műveltség jelenségét elfogultságnak nevezik, de hangsúlyozzák, hogy ez nem személyi elfogultság, inkább a szocializáció során megvalósult, vagy éppen nemzeti, nemzetiségi, osztály- vagy akár foglalkozási beállítódás eredménye! Ebből fakad, hogy „bizonyos dolgokat meg tudunk látni, más dolgokat meg nem, bizonyos dolgokat eleve látni akarunk a látványban, és van, amit nem akarunk meglátni”.<sup>15</sup>

Kepes György szavaira tehát sokan rácáfolnak. Idézett gondolatai azonban némiképp más megvilágításba kerülnek, ha figyelembe vesszük, hogy ő valószínűleg nem számolt az elvonatkoztató, strukturáló képesség, az absztrakt gondolkodás hanyatlásával. Ha egyetértünk Junggal, aki a szimbólumokat a velünk született ősképekkel, archetípusokkal hozta összefüggésbe, amelyeket az emberiség közös múltjában szerzett tapasztalatok, szellemi élményanyagok kollektív tudattalanban való elraktározásával magyaráz<sup>16</sup> – tehát nem csupán a kulturális meghatározottsággal – érhetőbbé válnak Kepes megnyilatkozásai is a vizuális nyelv egyetemességére vonatkozóan, és egy ilyen értelmezésben még az is elfogadhatónak látszik, hogy „tényeket és eszméket nagyobb mértékben és mélyebbre hatolva tud közvetíteni a vizuális nyelv, mint más kommunikációs eszközök. A statikusan verbális fogalmat a dinamikus képnyelv érzéki elevenséggel képes életre gerjeszteni.”<sup>17</sup> Ám itt is érdemes megjegyezni, hogy a kérdésben aligha lehet állást foglalni a kommunikáció céljának adott esetre vonatkoztatott meghatározása nélkül: nem mellékes, hogy egy tudattalanra ható üzenet átadása vagy például egy konkrét cselekvésre való felszólítás a cél. Kepes nyilván nem az utóbbi lehetőséget vette célba, sokkal magasabb küldetést tulajdonított a képeknek.

Összefoglalva: ahhoz tehát, hogy a képek univerzalitásával kapcsolatos vita termékeny lehessen, fontos meghatározni, hogy abszolút egyetemességről vagy a verbalitáshoz viszonyítottan, ahhoz képest egyetemesebb kommunikációról beszélünk-e. Továbbá érdemes különválasztani, hogy képzőművészeti alkotásokról vagy éppen dokumentációs célú képekről, reklámképekről, piktogramokról, pillanatfotókról stb. beszélünk-e. Kíváncsi tiszta az is, hogy az egyetemesség tényét a képek hatásgyakorlásra, informálásra, érzelmkövetítésre, érvelésre vagy épp cselekvésre buzdításra való alkalmasságával kapcsolatban jelentjük-e ki. Végezetül pedig: talán annak végiggondolása sem hiábavaló, hogy az idő előrehaladtával előremozdulhatunk-e az egyetemesség fokainak skáláján.

## Klisék a képnyelvben, jelképek a trendek fogságában

■ Láttuk tehát, hogy a vizuális kommunikáció kontextusfüggő, és általában meghatározzák az eltérő ábrázolási konvenciók. Arra számíthatnánk, hogy a multikulturális társadalmak megjelenésével, a globalizmus kulturális pluralizmusával párhuzamosan talán elindul(t) egy folyamat, amely csökkenti e konvenciók különbségét, a képekhez való viszonyulás kulturális meghatározottságai közötti különbségeket, így végső soron akár a képnyelv egyetemessé válását is eredményezheti. E tekintetben kétféle, látszólag egymással ellentétes folyamat jelei tapasztalhatók. Egyfelől tapasztalunk egy egységesebb: a közlekedési jelzőtáblák, a dohányzási vagy a szemeteléstilalomra vonatkozó piktogramok mind kevésbé különböznek a Föld országaiban, és a fiatalok a világ minden táján ugyanazokból a sárga arcocskákból választják ki a küldendő hangulatjelet. Másfelől pedig azt látjuk, hogy a képi jelek, szimbólumok elszakadnak a korábbi, kultúrafüggő jelentésüktől, zavaros és zavarbaejtő új kontextusokba kerülnek, melyekben az értelmezésük egyre nehezebb.

A vizuális kommunikációra a fogyasztói társadalom generálta trendek is rányomják a bélyegüket. Napjaink embere hajlamos bármilyen vizuális jelet magán viselni, ha azt valamelyik divatcég ruházatra nyomtatva kínálja, vagy megtetszik neki valamelyik tetoválászonon katalógusában. Az ezredforduló után például gyakori látvány volt a halálfejekkel és szívekkel egyszerre díszített öltözék, az *emo* stílus trendjeként. Nyilvánvaló, hogy e szimbólumok jelentését felülírta a divat, és az ezt viselő emberek aligha tudták volna megmagyarázni, mit kívánnak közvetíteni a magukon viselt szimbólumokkal és azok kombinálásával. A dekorációs trendek évről évre felkapnak valamilyen motívumot: pár éve a bagolyfigurák uralták a piacot szalvétára, bögrére, textíliára nyomtatva vagy fülbevalókon, láncokon csüngve. Majd az unikornis hódított mamuszokon, telefontokokon és szülinapi tortákon, de 2018 nyarán ezt már „cikinek” bélyegezte a média,<sup>18</sup> felhívva a figyelmet arra, hogy már a flamingó a „menő”.

A különféle szimbólumok iránt van ugyan egy felfokozott érdeklődés – például a lakberendezéshez kapcsolódóan, – ám ez ritkán tesz különbséget a távolkeleti, az indián vagy éppen a magyar népi motívumok között. Értelmezésüket a „felhasználók” rosszabb esetben az interneten felkelhető sablonos leírásokból próbálják felfejteni, jobb esetben lexikonokból igyekeznek újratanulni,<sup>19</sup> de alkalmazásuk általában közhelyessé válik. Az sem ritka, hogy a több évezredes szimbolikáról tudomást sem véve csupán dekorációs funkcióban használják őket.

Az említett jelenségek összecsengenek a fogyasztói társadalom önmegvalósítás-mítoszával, amelyben mindenkinek meg kell találni az „egyéniségéhez illő” dísztárgyat, telefontokot, műkőrömmintát – ám mindez természetesen csupán egy, a gyártók és szolgáltatók által felkínált, időről időre leváltható készletből lehetséges. A választás illúzióját kínálják fel, amennyiben a paletta látszólag széles, úgy tűnik, mintha végtelen számú elemből választhatnánk, ám ezek valójában mind az aktuális trendnek megfelelően készültek. Ahogy Lev Manovich, az újmédia első nagy teoretikusa fogalmaz: a tömegkultúra korában „minden gyakorlati tevékenység valamely menüről, katalógusból vagy adatbázisból való választással jár”, és ebben a mechanizmusban „a testületi fantázia határozza meg az egyéni képzeletünket”.<sup>20</sup>

Ahogy arról korábban már szó volt, napjainkban az emberek jelentős része használ *hangulatjeleket*, melyek a szavak nélküli kommunikáció lehetőségeit hivatottak bővíteni<sup>21</sup>. A fiatalabb korosztályban szinte sértésnek számít, ha valaki egyetlen *smiley*-t, esetleg szív-formát sem ékel be az üzenete szövegébe. E hangulatjelek készlete, milyensége azonban a szolgáltatótól függ, az érzelmi állapotunkról való tudósítás lehetőségei tehát az adott cég kiszolgáltattottjaivá válnak. Hiába növelik mind nagyobbra az Emojipedia készletét, a velük való kommunikáció lehetetlenné teszi, hogy valaki egyéni stílust alakítson ki a kommunikáció során – ami a főtökkel történő kommunikáció esetében még valamennyire lehetséges. A növekvő készletből csak mind nagyobb idő- és energiaráfordítás árán választhatjuk ki a megfelelőt, ezért sokan nem is veszik erre a fáradságot, hanem az éppen ujjközében lévő jelekre nyomva számos színes *emojit* illesztnek a közlésbe, azok jelentésével mit sem törődve.

A képi információ dekódolását lehetővé tévő *látás* fogalma kapcsán beszélhetünk annak *társadalmiságáról*, hiszen a folyamatban különféle szociális appercepciók is szerephez jutnak. Almási Miklós felhívja rá a figyelmet, hogy nem azt látjuk, ami előttünk van, hanem „a látnivalók lehetséges köréből az kerül be a tudatunkba, amit a »mások szemével« is láthatunk, amire a társadalom figyelme, látásérzékenysége és szemléleti formái vezérlik a figyelmünket”.<sup>22</sup> A látás társadalmiságában benne van egyrészt az, hogy minden látványélményünket társadalmi szemléleti formák alakítják, másfelől viszont egy „modern betegség” is: a mai ember bizonyos látványklisékben, készen kapott sztereotípiákban képes csak látni. Az első esetben a valóság alakítása még személyes munka is: az egyén a társadalmi értékmozzanatokat magáévá teszi. „A másik esetben ez a személyes alakítás eltűnik: az emberek kész kliséket húznak a valóságra” – mutat rá Almási, hozzátéve, hogy míg az első esetben az emberek látják a valódi összefüggéseket, és formálják azokat, addig a másodikban már „egy fetisizált gondolkodás- és látásmód vezeti őket, szinte tudomást sem véve a látott dolgok »magánvalóságáról«”.<sup>23</sup> Napjaink vizualitása azonban az egyéni látásaktust kikerüli, fetisizálja és sematizálja a látványt. „A modern társadalom megfosztja a látást a legfontosabbtól: a látás aktusának örömétől, a látványban való valóságformálás élvezetétől. A látásaktus elidegenedik az embertől, a látásélmény csal: valami »más« behelyettesítést jelent. A klisé”<sup>24</sup> – írja Almási. A filozófus szerint a modern ember látásának az aktus-jellege, teremtő funkciója indult sorvadásnak, ezért hordozhat veszélyeket, ha a világ mint látvány csak eleve adott alakzatokba rendeződhet. Pedig pontosan ezt láthatjuk napjaink jellemző képi kommunikációs folyamataiban.

Noha egyre többen egyre több információt próbálnak a képek útján közölni, úgy tűnik, e közlések egyre sablonosabbakká válnak a trendek által fogságba ejtett képi jelek hatómezejében. A képek nyelvének bábeli zűrzavarával átítatott közösségi médiaterekben a félreértések is mindennaposak. Hozzászokunk, hogy a képekre alapozzuk értesüléseinket és viszonyulásainkat, de egy szándékosan meghamisított profilkép vagy az az eset, amikor a szülő a gyermeke fotóját tölti fel saját profilkép gyanánt (valamiért ez gyakori szokás), teljesen tévútra viheti a kommunikációt. Úgy-szintén értelmetlen reakciókat váltanak ki azok az esetek, amikor nem jelezzük, hogy egy posztolt kép nem most, hanem évekkal ezelőtt készült, ahogy kínos helyzeteket teremtenek a kommentár nélkül kirakott gyász-mécses-képek is, amikor az ismerősöknek találgatniuk kell, vajon tényleg elhunyt-e valaki. A gyakorlati információk félresiklásán túl sajnos nem ritkák az olyan történetek sem, melyekben az öngyilkosságot vagy bűncselekményt elkövetett egyén internetes profiljában csak utólag fedezik fel a segélykiáltásnak is beillő fotókat tartalmazó posztokat, melyek időben történő dekódolása megelőzhetné volna a tragédiát.<sup>25</sup> (Ezek az esetek ugyan nem csupán a kiforratlan vizuális kommunikáció következményei, hanem a kommunikációs aktus jellegéből is fakadnak: a közzétett posztoknak nincs konkrét címzettje, az azt látók csoportja pedig túl nagy ahhoz, hogy valaki vegye a fáradságot a nem teljesen egyértelmű üzenetek jelentésének értelmezésére.)



Nem kétségbe vonva, hogy lehet olyan eset, amikor egy kép többet mond minden szónál, láthatjuk, hogy a képek – legalábbis egyelőre – nem képesek minden esetben átvenni a (leírt) szavak helyét. De vajon számíthatunk-e arra, hogy a képi kommunikáció hangsúlyosabbá válásával annak gyermekbetegségei megszűnnek, és a képi jelek által kódolt üzenetek megfejtése egyre könnyebbé válik? A válaszhoz csak úgy kerülhetünk közelebb, ha teszünk egy kitérőt kép és gondolkodás összefüggéseinek irányába.

## A képi gondolkodás és a technikai képek

■ A vizuális neveléssel foglalkozó szakemberek a képiség előtérbe kerülésétől, az aktuális jelenségektől függetlenül is hangsúlyozzák, hogy a képi gondolkodás fejlesztése fontos része a kognitív gondolkodás fejlesztésének, ezért a gyermekkori rajzolás nem csupán a manuális és vizuális kompetenciákat tökéletesíti, de az általános értelmi képességek kialakítására is jótékonyan hat. A saját elménkben létrehozott mentális képek fizikai képekké<sup>26</sup> transzformálása, illetve az erre tett kísérletek azonban egészen más folyamatokat indukálnak, mint a mások által készített képtárgyak, (és azokon belül is főképp a technikai képek) nagy mennyiségű befogadása, amely a tapasztalatok szerint épp a kreatív mentális képalkotás, a képzelető – ezáltal a kogníció – fejlődése ellen hat.

Rudolf Arnheim az érzékelés és az absztrakt gondolkodás egységét hangsúlyozza, és a képi gondolkodást a vizuális műveletek révén történő gondolkodásként definiálja. Vélekedése szerint, ha az „érzékek anyaga” nem marad jelen, az elmének nincsen mivel gondolkodnia, tehát a fogalmi gondolkodásnak is a mentális képek jelentik az elsődleges közegét.<sup>27</sup> De ha az *érzékek anyaga*, a külvilágból érkező jelek egy jelentős része már eleve technikai képek formájában manifesztálódik, az bizonyára hatással van a fogalmi gondolkodásra.

Egyre többször merül fel az aggodalom, hogy a *külső* képek (ezek alatt általában a technikai képek és elsősorban a mozgóképek értendők) gátolhatják a *belső* (mentális) képek megképzését. Ennek egyik tünete az olvasási szokások megváltozásában azonosítható: az információszerzési célú olvasással töltött idő ugyan nem csökken, de szépirodalmat, történeteket, leírásokat egyre kevesebbet olvasnak az emberek – az egyik lehetséges magyarázat szerint azért, mert azokat egyre kevesebben képesek élvezni. Ehhez ugyanis szükség van az ún. *belső mozira*: ha az olvasó képzeletében nem állnak össze képek arról, amit olvas, ha nem tudja elképzelni a szereplőket, helyszíneket, jelenségeket, akkor szükségszerűen csökken az élvezeti érték. E fantáziasorvadás okaként a pszichológusok a nagy mennyiségben készen kapott fizikai képeket okolják, amelyek önmagukban is kielégítik az egyén vizuális élvezet iránti igényeit.<sup>28</sup>

A vizuális kommunikáció vonatkozásában nem elhanyagolható az a tény sem, hogy a képzelető mértéke és a mentális képek verbalizálásának, vagyis az elképzelt dolgok szavakba öntésének képessége kölcsönösen erősítik egymást. Polányi Mihály megkülönbözteti az állatokra is jellemző, nem verbalizálható, intuitív, artikulátlan tudást – ennek birodalmába tartoznak a képek – és az artikulált tudást, melyhez

absztrahálni, formalizálni, szimbolizálni és linearizálni kell. Polányi szerint az emberi gondolkodás evolúciós szempontból egyedülálló és gyors fejlődése a tagolás és artikulálás képességének köszönhető.<sup>29</sup> Gondolatmenetéből kiviláglik, hogy a verbális kommunikáció összetettebb agyműködést igényel, mint a képi. Amennyiben az információ vizuális jellegű kommunikálása megszünteti az artikulációs kényszert, akkor felmerülhet annak a lehetősége is, hogy ez visszafordítja a fejlődési folyamatot, vagy legalábbis a képek közegében, azok verbalitáshoz képesti túlsúlyának hatása alatt felnövő gyermek bizonyos képességei nem kapnak kellő támogatást a kifejlődéshez.

A készen kapott technikai képek közül itt ki kell emelnünk a mozgóképet, illetve a multimediális csatornákon keresztül érkező képeket, hiszen ezek befogadása esetén tanúsítunk leginkább passzivitást: a képi és hanghatások készen kapott együttese nem hagy teret a fantáziának, a hallott vagy olvasott információval szemben itt nincs mit elképzelni. A napi többórás multimédia-fogyasztás mellett pedig az sem jellemző, hogy a látottak a tevékenység abbahagyása után továbbgondolásra vagy beszélgetésre serkentenének – ahogyan az még jellemző volt azokra az időkre, amikor csak heti egy-két alkalommal néztek az emberek filmet. Bár a képzelőerőre gyakorolt esetleges negatív hatás már a mozgókép elterjedésekor aggodalmat váltott ki például Theodor Adornóból, aki arról ír, hogy az illúziókeltő színházat túlszárnyaló film nem hagy teret a néző gondolatainak és fantáziájának, így az életet tendenciájában alig lehet megkülönböztetni a hangosfilmtől.<sup>30</sup> Duhamel pedig egyenesen úgy fogalmaz: „már nem tudom azt gondolni, amit gondolni akarok. A mozgóképek foglalták el a gondolataim helyét.”<sup>31</sup>

Csejtei Dezső felhívja a figyelmet arra, hogy a *video* szó abból a szógyökből ered, melyből az európai kultúra hajnalán Platón a gondolati kép filozófiai szakterminusát, az *ideát* megalkotta, így az európai civilizáció története majdan akár *Az ideától a videóig* címet is viselhetné.<sup>32</sup> Csejtei szimptomatikusnak látja azt az elgondolást, hogy a képi látás eszközapparátusának jelenlegi mértékű eluralkodása a vizuális fantázia megbénulásához vezet, hisz szükségtelen bármit is elképzelnünk, ha azt közvetlenül magunk előtt látjuk. „Az elképzelés, az alkotó fantázia pedig lényeges szellemi tényező, valahol a tiszta, fogalmi gondolkodás és a képi látás között helyezkedik el, feladata pedig épp e két szféra közvetítése, egybekapcsolása lenne”<sup>33</sup> – írja.

E kapcsolódás lehetőségének hiányát pedig kétségkívül megsínyli a képértelmezés folyamata, hiszen a képzelőerőre szükség lenne akkor is, ha egy vizuális jel önmagán túlmutató jelentését kell dekódolnunk – nem is beszélve a folyamat fordítottjáról, amikor mi szeretnénk képek által átadni valamiféle összetettebb tudást, üzenetet. Ha a konkrét látványtól nem tudunk elvonatkoztatni, akkor a kép csak igen szegényes információ hordozására alkalmas. Amennyiben viszont úgy állítanánk egy képet kommunikációs viszonyba, hogy az többletjelentést, sűrített információt tartalmazzon, azt a fantáziával, elvonatkoztató képességgel nem rendelkező befogadó képtelen lesz megfelelően dekódolni.

■ Mindezek tükrében milyen jövője lehet a képi kommunikációnak? Búcsút vehetünk-e azoktól az anomáliáktól, félreértelmzésektől, amelyek ma az átvizualizált kommunikációt jellemzik? Háttérbe szorulhat-e a céltalan, zavaros, öncélú, felelőtlen jelhasználat, és könnyebbé válhat-e a vizuális kommunikáció jeleinek értelmezése? Oszolhat-e korunk vizuális kultúrájának bábeli zűrzavara? Félő, hogy a jelen kondíciók mellett nem. A technikai képek és a szimbolikus gondolkodás összefüggéseit elemezve inkább egy fordított arányosság látszik kirajzolódni, amely csak első olvasásra tűnik paradoxonnak: minél inkább nő a minket körülvevő technikai képek száma, annál nehezebb a tudás továbbörökítésére, illetve összetettebb üzenetek átadására is alkalmas képi kommunikáció megvalósítása. A képdömping ugyanis épp azt az érzékenységet teszi tönkre, amely az embert fogékonyvá teszi a másodlagos jelentés felismerésére.

Ahhoz, hogy létrejöhessen egy olyan, gyakorlati vizuális kommunikációra alkalmas jelrendszer, amely megközelítőleg hasonlóan pontos és árnyalt, mint a verbális nyelv, nem elegendő a denotatív jelentést hordozó jelek készletének megalkotása. (Noha már egy ilyen jelkészlet életre hívása is hatalmas kihívás, lásd pl. Otto Neurath kísérletét.<sup>34</sup>) „A Képek hatalma és küldetése éppen abban áll, hogy megmutassa mindazt, ami a fogalmi gondolkodásnak ellenáll” – írja Mircea Eliade.<sup>35</sup> Ám e megmutatás csakis akkor lehetséges, ha a képek nem pusztán denotálnak. A konnotatív, asszociációs többletjelentés megértéséhez, a szimbólumok értelmezéséhez azonban szimbolikus gondolkodásra, absztrahálásra, elvonatkoztatásra, szintetizálásra van szükség. E képességek kifejlődésének viszont – mint láttuk – épp nem kedvez a képdömping, illetve a verbális kifejezés árnyaltságának ezzel párhuzamos hanyatlása. A vizuális kultúra felvirágoztatása tehát nem történhet meg a verbális kultúra rovására, csakis azzal párhuzamosan.

**■ JEGYZETEK**

1. *Szent Biblia, azaz: Istennek Ó és Új Testamentomában foglaltatott egész Szent Írás.* (Ford. Károli Gáspár) Magyar Bibliatársulat, 1996.
2. Lásd <https://www.instagram.com/>
3. Lásd <https://www.snapchat.com/>
4. Lásd <https://emojipedia.org/>
5. Sándor Zsuzsa: *A vizuális kommunikáció vizuális nyelvi jelkészlete és ennek struktúrája.* Zempléni Múzsza 2004. 2. sz. 51.
6. Vö. Sándor Zsuzsa: i.m.
7. Roland Barthes: *A kép retorikája.* In: Blaskó Ágnes – Margitházi Beja: *Vizuális kommunikáció – szöveggyűjtemény.* Typotex, Bp., 2010. 109–124. (Eredeti megjelenés: *Rhétorique de l'image.* Communications 4. 1964. 40–51.)
8. Vö. Kepes György: *A világ új képe a művészetben és a tudományban.* Corvina, Bp., 1979.
9. Kepes György: *A látás nyelve.* Gondolat Kiadó, Bp., 1979. 6. (Eredeti megjelenés: *Language of Vision,* Paul Theobald, Chicago, 1944.)
10. Antik Sándor: *Vizuális megismerés és kommunikáció.* Egyetemi Műhely Kiadó, Bolyai Társaság, Kvár, 2010. 41.
11. Lehmann Miklós: *A digitális kép.* In: Szendrei Julianna (szerk.): *Ezredforduló, műveltségkép, kisgyermekkori nevelés.* Trezor, Bp., 2001. 112.
12. Sándor Zsuzsa: i.m. 47.
13. Uo. 48.
14. Bálványos Huba – Sánta László: *A vizuális megismerés és a vizuális kommunikáció.* Budapesti Tanítóképző Főiskola, 1996. 53.
15. Uo.
16. Vö. Carl Gustav Jung: *Az archetípusok és a kollektív tudattalan.* Scolar, Bp., 2011, valamint Uő: *Az ember és szimbólumai.* Göncöl Kiadó, Bp., 2000.
17. Kepes György: *A látás nyelve.* 6.

18. Lásd például *Vége! Ciki lett az unikornis – Ez a menő helyette*. <https://www.femcafe.hu/cikkek/fashion-beauty/unikornis-vege-minta-flamingo-divat> (utolsó letöltés: 2018. 08. 28.)
19. Hoppál Mihály megjegyzi a *Jelképtár* előszavában: a jelképkutatás reneszánszát éli, divatba jöttek a jelképkönyvek, lexikonok. Lásd Hoppál Mihály – Jankovics Marcell – Nagy András – Szemadám György: *Jelképtár*. Helikon Kiadó, Bp., 2004. 6. Ez jelezheti egyrészt azt, hogy az ember önmagától már nem érti, nem érzi a konnotatív jelentést, másrészt viszont érzékeli e képesség hiányát, és azt próbálja orvosolni a könyvből újratanult szimbolikával.
20. Lev Manovich: *Digitális valóság*. In: Gelencsér Gábor (szerk.): *Képkorszak*. Szöveggyűjtemény. Korona Kiadó, Bp., 1998. 334.
21. „Az új emojioknak hála még tovább egyszerűsödik a szavak nélküli kommunikáció” – hirdette a média 2017 nyarán, amikor az Emojipedia új készlettel bővült. Kiemelték, hogy nőtt a gendersemleges jelek száma, és már ötféle bőrtónusú arc választható. Lásd pl. <https://www.nlcafe.hu/szabadido/20170704/megerkeztek-a-legujabb-emojik>. Ezzel szemben a Messenger alkalmazás hangulatjelei közül – a kétdimenziósról a térbeli jelleget mutató figurákra való áttéréskor – eltűnt az íróniát, szarkazmust kifejező, unott tekintetű, nyelvét kinyújtó arccsoka. Ez az attitűd, úgy tűnik, nem kívánatos a szolgáltatók szerint.
22. Almási Miklós: *A fáradt szem, avagy a festőiség halála a nézőben*. In: S. Nagy Katalin (szerk.): *A vizuális kultúráról*. Kossuth Kiadó, Bp., 1982. 18.
23. Uo. 19.
24. Uo. 31.
25. Érdekesség, hogy 2017 óta a Facebookon mesterséges intelligencia is megpróbálja detektálni azokat a felhasználókat, akik öngyilkosságra készülhetnek. [http://hvg.hu/tudomany/20171128\\_facebook\\_mesterseges\\_intelligencia\\_ongyilkossag](http://hvg.hu/tudomany/20171128_facebook_mesterseges_intelligencia_ongyilkossag) (utolsó letöltés: 2018. 07. 12.)
26. Fizikai kép alatt jelen esetben az ember alkotta képeket, képtárgyat értem. Technikai kép alatt pedig a fizikai képeken belül azon képeket, amelyeknek elkészítéséhez valamilyen gép, technikai eszköz szükséges. Ilyen például a fotó, a film, a számítógépes grafika és animáció. A mentális kép pedig az elménkben megképződő kép, fantázia- vagy álomkép. Vö. W.J.T. Mitchell: *Mi a kép?* In: Szőnyi György Endre – Szauter Dóra (szerk.): *A képek politikája. W. J. T. Mitchell válogatott írásai*. ATE Press, Szeged, 2012. 17–21.
27. Rudolf Arnheim: *Visual Thinking*. University of California Press, 1969. 105.
28. Lásd a *Tévé előtt – védtelenül?* című kötet tanulmányait. Szerk. Szávai Ilona. Pont Kiadó, Bp., 2010.
29. Polányi Mihály: *Személyes tudás*. I. Atlantisz, Bp., 1994. 128–154.
30. Theodor Adorno: *A kultúrpar*. In: Max Horkheimer – Theodor W. Adorno: *A felvilágosodás dialektikája. Filozófiai töredékek*. Gondolat – Atlantisz – Medvetánc, Bp., 1990. 153.
31. Georges Duhamel: *Scènes de la vie future*. Paris, 1930. Idézi Walter Benjamin: *A műalkotás a technikai reprodukálhatóság korában*.
32. Csejtei Dezső: *A minőségi élet esélyeiről*. In: Uő: *Írások Északról és Délszakról*. Veszprémi Humán Tudományokért Intézet, Veszprém, 1999. 134.
33. Uo.
34. Otto Neurath Gerd Arntz illusztrációit felhasználva, csapatával kidolgozta az *Isotype* rendszert azzal a céllal, hogy egy analfabéták számára is elérhető univerzális zsargont alkosson. Az Isotype hatással volt a későbbi kartográfiai szimbolikára és információs grafikákra. Lásd Otto Neurath: *Bildstatistiknach Wiener Methode in der Schule*. Deutscher Verlag für Jugend und Volk. Wien–Leipzig, 1933; *International Picture Language*. Kegan Paul, London, 1936.
35. Mircea Eliade: *Képek és jelképek*. Európa Könyvkiadó, Bp., 1997. 24.

