

Kapitány Ágnes – Kapitány Gábor

IKONIKUS FORDULAT VAGY VALAMI MÁS?

Kulturális antropológusként elsősorban nem a jelemélet, hanem a jelhasználat szempontjából szeretnénk hozzászólni az „ikonikus fordulat” kérdéséhez. Az a jelenségegyüttes, amit Gottfried Boehm az „ikonikus fordulat”, Mitchell a „képi (*pictural*) fordulat” kategóriájával jellemez, amit Gombrich „vizuális kornak”, Guy Debord a „látványtársadalom” korának nevez, túlságosan magától értetődő ahhoz, hogy tényét vitatni lenne érdemes. Ugyanakkor a minden jelenséget és jelenségértelmezést megillető tudományos kétely ezzel a „fordulattal” kapcsolatban is felvetheti, hogy 1. Valóban nagy fordulatról van szó, vagy olyan jelenségcsoportnak a figyelem előterébe kerüléséről, ami egyébként korábban is jelen volt? 2. Annak, ami a jelenségegyüttesben új, valóban lényege-e az ikonicitás vagy a képiség? (És az ikonicitás *vagy* a képiség?) 3. Vannak-e más, legalább ilyen fontos elemei annak, ami az új jelenségek lényege?

A képiség előretörése

Úgy gondoljuk, a válasz ebben az esetben is az „is”. A képiség és az ikonicitás más korokban is nagy jelentőségű volt, (abban a jelenünket közvetlenül megelőző korban is, amelyhez képest ezt most újdonságként érzékeljük), de a képiség szerepe ma kétségtől igen nagy. (Hogy csak néhány olyan területre utaljunk, ahol a képiség szerepe látványosan megnövekedett, gondoljunk a *lakáshasználatra*, ahol a különböző lakáshasználati szempontok: biztonság, kényelem, önkifejezés, stb. mellett szembeütően megnőtt a lakás mint látvány, s az egyes helyiségek és tárgyak mint látványok szerepe: megjelentek a „látványlakások”; gondoljunk a *kereskedelemre*, ahol szintén fokozódott a látványhatások – a csomagolás, a design, a boltban való elhelyezés – jelentősége; vagy gondoljunk arra, hogy miként jelent meg a képiség olyan, alapvetően a továbbításra szolgáló eszközökben is, mint a /mobil/telefon. A különböző új technikai eszközök ontják a képeket; a fejlődés-fejlesztés éppen ebben az irányban a legértelmezesebb. A digitális fényképezés lehetőségeivel egy átlagos turistaút élményeit rögzítő fényképek száma minimum megtízszereződött, a számítógépes memória fejlesztésével mind több nagyfelbontású

kép, sőt, mozgókép lép be a hálózatban továbbított információk közé, és a reklámverseny következtében mind több kép tolakszik elénk akarataink ellenére is az Interneten éppúgy, mint az utcán járva. A kor képi jellege tehát nemigen tagadható). Ám az alábbiakban amellet szeretnénk érvelni, hogy a kor jellemzőjének tekinthető jelenségekben legalább ekkora szerepe van a *mozgásnak* és a *térnek*,¹ (s a világgép több más meghatározójának is), így kérdés, hogy a kor világgép-sajátosságai szempontjából döntő mozzanatnak melyik tényező nevezhető.

Többen hangsúlyozzák, (sokak számára ezt jelenti a képiség és az ikonicitás előnyomulása), hogy az *írás* elveszti domináns szerepét, és az írott kultúra rovására a képi kultúra terjed. Ez a változás sem egyértelmű (a „képi” kultúra terjedésében kulcsszerepet játszó számítógép tele van írott szövegekkel, s még a funkcionális analfabétizmus kialakulásában fő vétkesnek ítélt televízió képernyőjéről is egyre több – álló és futó – szöveges információ árad, s ha a „Gutenberg-galaxis” már nem is az információáramlás fő médiuma, az írott kultúra egyáltalán nem temethető), ám ha elfogadjuk is, hogy a kép a huszonegyedik századi kultúrában (az írás rovására) nagyobb szerepet követel magának, akkor is tisztázni kell, hogy e „fordulat” vajon visszatérést jelent-e a betűk kultúrája előtti, szintén képi gondolkodáshoz, vagy valami egészen másról van szó?

A „képiség” ezekben a gondolatmenetekben az írás „absztrakt fogalmiságával” szembeállítva szerepel. Ám a „képiség” fogalmában itt összemosisdik a *vizualitás* és (az absztrakt fogalmiság szemléleti elmentétek tekintett) *komplex érzéketi* jelleg. Ha ez utóbbit tekintjük „képiségnek”, akkor – mint erre Benczik Vilmos is felhívja a figyelmet – nemcsak vizuális képekkel, hanem szag-képekkel, tér-érzetekkel, stb. is számolnunk kell, s az ezekre épülő multimedialitás valóban jellemző egy olyan korra, melynek információtovábbító eszközei ténylegesen

¹ Az említett mobiltelefon feltalálásával például igen látványos fordulat történt, hiszen a vezetékes hálózathoz kötött hangtovábbítás helyhez kötöttségéből a kommunikáló ember kilépett a térbe (ezzel együtt a korábban az intimszférában tartott beszédaktusok is bezúdulnak a nyilvános terekbe), s maga a kommunikációs aktus is mozgóvá vált (ezt a „mobil” elnevezés maga is hangsúlyozza).

valamennyi érzékleti mezőben árasztják az üzeneteket. Ez esetben maga az éles szembeállítás az, ami megkérdőjelezhető, hiszen egyfelől az „absztrakt fogalmiság” nyelvi jelrendszere is nagymértékben épít az érzékleti asszociációkra, (bár kétségtelenül ezeket kódolva, absztrahálva, a közvetlen érzékleti jellegtől elemelve mozgósítja csak); másfelől viszont a mai multimediális kultúra vizuális, auditív és egyéb üzeneteinek nagy része nem is érthető a beléjük kódolt absztrakt-fogalmi konstruktumok és dekonstruktumok nélkül. Mindazonáltal nyilvánvalóan más filmet nézni, mint könyvet olvasni, s a különbség lényege talán abban ragadható meg, hogy míg az írás előbb egy absztrakt nyelvbe kódolja a közvetíteni kívánt képzeteket, amelyek azután a dekódolás következtében születnek meg a befogadó fejében, a képi üzenet² az absztrakt nyelv közvetítése nélkül észleltet. (A dekódolás eredménye ugyan ebben az esetben sem teljesen azonos a kódoló üzenetével, hiszen a dekódolásban már szerepet játszik a dekódoló egész tapasztalatrendszere, és absztrakt-fogalmi gondolkodása, s mint az imént jeleztük, maga az üzenet sem mentes az absztrakt-fogalmi közvetítéstől, hiszen a képi és egyéb érzékleti nyelvek üzeneteibe is belekerül az üzenetküldő absztraháló gondolkodása és a használt nyelv *nyelvhasználati szabályait* kialakító absztrakciók is; de az információtovábbítás e formája kétségtelenül jobban hasonlít a világ közvetlen, közvetítések nélküli érzékeléséhez-észleléséhez, mint az írás).

Mint maga a „képzet” fogalom is jelzi: jóllehet valóban minden érzékleti területen születnek az észlelésre alapozott képzetek, ezek keletkezésében (mindig is) a döntő csatorna a vizualitás, s ezért amikor az írással szemben (amely egyébként persze szintén a vizualításra épül) az írássá nem absztrahált érzékleti benyomások „csomagjaira” épített nyelvek (és az ilyen nyelvekre épülő médiumok) kerülnek előtérbe, ez – vagyis az *írás közvetítése nélküli érzékletiség* térhódítása – (is) elsődlegesen a *vizualitás* térhódításaként jelenik meg a változásokat regisztráló kortársak szemében.

Ikonicitás

Mielőtt azonban rátérnénk arra, hogy véleményünk szerint minek a térhódításáról van is szó, nem mehetünk el az „ikonikus fordulat” (s en-

² A „képi üzenet” itt már a szag-képeket, hang-képeket, tér-érzéketeket is magában foglaló tágabb képesség-fogalom értelmében használjuk.

nek alapjaként az „ikon”) kategóriája mellett sem. Az „ikon” a középkori keresztény szemléletben az emanáció platonista tanának megfelelő fogalom: egy olyan szemlélet fontos alkotórésze, amelyben minden az „isteni” kisugárzásából és képi reprezentáció-sorából vezethető le. Krisztus az Atya képe, a szent ikon Krisztus képe, másolatai az ikon képei. A világ egésze is Isten képét viseli magán. A Biblia Pauperum ebben az értelemben valóban teljesen ikonikus volt: képi ábrázolásai az isteni üzenetet a képi reprezentáció (=újra-megjelenítés) formájában közvetítették; azt az üzenetet közvetítették, amely az írott Bibliában mint Ige jelent meg; az *Ige, a szó* e szemlélet másik fontos pillére, és ne feledjük: az *aktív, teremtő* elem. (A benne lévő isteni erő következtében az ikon is aktív – csodatévő, stb. – de míg a szó teremt, formáz, alakít, az ikon alapvetően csak energiát – fényt – sugároz). Ebben a szemléletben tehát az ikonicitás abból következik, hogy a képet a szóból, a teremtett világot a teremtő Isten létéből vezetik le.

Az „ikon” a fenti fogalomból nyerte köznapi (a keleti kereszténység szentképeiből általános „kép-mássá” tágított) jelentését, melyben olyan képi reprezentációt jelent, amelynek egyes jegyei nem önkényesen, pusztán megállapodás-szerűen utalnak az általuk reprezentált tartalmakra, hanem azáltal, hogy azok jegyeit is hordozzák.

Peirce egyik definíciója lényegében erre az ikon-fogalomra épül (a „hasonlóság” eléggé bizonytalan kategóriájával kötve össze a jelöltöt jelöltjével): „Az ikon olyan jel, mely az általa jelölt tárgyra pusztán saját jellemzőivel utal. Ezek a jellemzők attól függetlenül is fennállnak, hogy a szóbanforgó tárgy létezik-e. Bármely minőség, létező egyed vagy törvény valaminek az ikonja, ha hasonlít arra a valamire és annak jeleként szokás használni”.³ Ez (a peirce-i gondolatrendszer redukciójával a közhasználatban leginkább elterjedt) ikon-fogalom szükségképpen eltér az eredetitől, mert a jelölt *közvetlen hatását* a jelölőre, (ami ott viszonyuk lényegéhez tartozik), Peirce ebben a definícióban az „index”-típusú jelek sajátosságaként határozza meg, viszont megállapítja, hogy minden *index* ikont foglal magában (vagyis az ikon ebben az értelemben a jel „hasonlító” eleme).⁴

Kérdés most már, hogy az „ikonnak” bármely említett jelentésárnyalatát figyelembevéve jogosult-e ikonikus fordulatról beszélni? Az ember felhasználata bizonyos értelemben egyrészt folyamatosan absztrahálódik. Ez az index-típusú jelek

³ Horányi – Szépe, 1975:29.

⁴ Uo.

arányának csökkenését hozza magával. De ezzel együtt az ikon-jelleg is csökken, tehát a fent említett peirce-i értelemben nem beszélhetünk ikonikus fordulatról; az ő fogalomhasználatánál maradván inkább a *szimbólumok* szerepe az, ami egyre növekszik.⁵ Ha viszont az eredeti (emanációs) értelemben használjuk a fogalmat, szintén nem lehet „ikonikus fordulatról” beszélni: vannak ugyan (az istenhit visz-

szaszorulásától függetlenül is) emanációs jellegűnek felfogott jelek, de semmiképpen sem érzékelhető olyan fordulat, amely ezek drámai aránynövekedésére utalna. Marad tehát a *képi* jelleg, (tehát az, amit Mitchell „képi fordulat” kategóriája talán pontosabban jelöl), ez jelenünkben kétségkívül jellemző (bár hozzá kell tenni, hogy a képi jelleg mindig is erős volt – a Gutenberg-galaxisban is, mindvégig –, de az vitathatatlan, hogy az információtovábbítás, a tömeges kommunikáció eszközei között az *írott szöveg* tömegesítésének évszázadai után –, s a *hangto*vábbítás előretörésének átmenetét követően – ma a *képtovábbítás* eszközei tekinthetők dominánsnak). Ez a „képiség” azonban nem ugyanolyan, mint az írás diadalútja előtti korszakok képisége: egyrészt magába olvasztja mindazt, amit az írásbeliség évezredek hoztak magukkal, másrészt ami új benne, az nem a vizualításra épített jellege (mint utaltunk rá, sajátos módon, de az írás is a vizualításra épít), nem is a szó absztrakt jellegével szembeni képi *konkrét*ságra (mert éppenséggel egy újfajta, a képi *absztrakción* alapuló gondolkodásmód lehetőségét hordozza magában), s nem is par excellence *képi* jellege, hanem más összetevők, nevezetesen a *tér* és a *mozgás* újfajta használata, s *ezek* szerepe az, aminek jelentőségnövekedése valamilyen lényegi szemléleti „fordulatra” utalhat.

Mozgás és tér szerepe a huszadik században

A huszadik század számos fejleménye kapcsolható ehhez a szemléleti fordulathoz.

A század elején a felgyorsult fejlődés érzete összekapcsolódott a technika olyan fejlődésével, amely a sebesség radikális növelésére koncentrált (mind a térbeli mozgás, mind az információtovábbítás tekintetében). Ezt a korélményt a művészetek reflexiójában többek között a futurizmus megjelenése jelezte, amelynek újdonsága az volt, hogy a mozgás élményét összekapcsolta szellemi tartalmakkal, ha úgy tetszik „átszellemítette”. A futurizmus a korábbi „statikus” képi ábrázolásban (táblakép-festészet, szobrászat) is igyekezett a mozgás ábrázolására, de a leglényegesebb fejlemény a mozgókép megszületése. A mozgás és a tér kapcsolata, egymástól elválaszthatatlansága magától értetődő (a térélménynek például kétségkívül mindig fontos eleme a tér vizuális érzékelése is, a tudatos térformálásnak pedig a látványkompozíció; ám ugyanakkor a térélmény mindig mozgásélményen is alapszik, anélkül – a tér legalább szellemi bejárása nélkül – létre sem jön);

⁵ Nincs most itt elegendő tér annak kifejtésére, hogy mennyiben gondolunk mást a jelekről, mint Peirce. A különbség lényege talán abban van, hogy míg ő a szemiotika egyik atyjaként (és a jeleket a matematika egzaktasága felé közelítő logikusként) a jelből, mi a jelhasználatból, mint kulturális eszközből indulunk ki. Ebből következően merül fel bennünk a kérdés, hogy vannak-e egyáltalán ikon-típusú jelek, vagy amit annak tartunk, az (a jelhasználó kultúrák szempontjából) nem egyéb, mint vagy a jelölt és a jelölő közvetlen kapcsolatán, a jelöltnek a jelle gyakorolt hatásán alapuló „index”, vagy a kulturális meg egyezésen alapuló „szimbólum”. (A jelnek a tárggyal való hasonlósága, az, hogy olyannak tekintjük, ami valamilyen szempontból leképezi a tárgyat, maga is nagyon nagy mértékben kultúrafüggő, tehát „megállapodás” kérdése. Ezt egyébként Peirce is így látja, amikor például kijelenti, hogy az értelmes – azaz az értelmező – tudatnak minden jel esetében meghatározó a szerepe (Peirce, Id. mű, p. 38.) Semmilyen ’jelnek’ nincs értelme interpretátor nélkül. Igaz, hogy működik (pl. a rámutató jel akkor is jel, ha nincs ott az interpretátor), de csak az interpretátor számára, különben nem jel, hanem tárgy. Az „ikon” sajátosságai leképezhetik a tárgyat, de ez a „leképeződés” is csak az interpretátor számára szolgál ilyen értelemben „szimbólumként”). Mi fenti kiindulópontunk következtében hajlunk arra, hogy az ember számára minden jel „szimbólumként” funkcionálhat, mihelyt egyszerű szignál-jellegén túl jelentések halmaza társul hozzá. A „szimbólum” ebben a felfogásban az emberi gondolkodás egyik alap eszköze, a kultúra szerveződésének, s ezért bármilyen társadalmi elemzésnek éppolyan alapegysége, mint a fizikai világ elemzésének a mennyiségi kategóriák. (Az emberi gondolkodás másutt részletesebben kifejtett felfogásunk szerint a matematika és a logika azonosító rendszeréhez igazodó fogalmiság és a világ dialektikus befogadásához igazodó szimbolizáció dichotómiáján alapszik). A Peirce-i felosztás egyrészt a jel valóságos tárgyhoz való kötődésének fokozatait, másrészt talán az emberi szimbolizáció kialakulásának lépéseit képezi le. De az emberi használat szempontjából ez a kategorizáció talán azért sem a legrelevánsabb, mert mint Balogh István írja erről, a szimbólum és a többi jeltípus illetően elválasztása problematikus, hiszen másfelől a szimbólumra is érvényes az, hogy: „az egyezményes jel tartalmi oldalát tekintve egyáltalán nem tetszőleges megállapodás eredményeként jön létre, hanem a valóság és a tevékenység általános törvényszerűségei által van meghatározva” (Balogh, 1979:97. Kiemelés.: K.Á.–K.G.)

s így a mozgás új élményformáinak megjelenése egyúttal új térélményeket is jelentett. (A felgyorsult közlekedés és információtovábbítás radikálisan átalakította a világ tereinek érzékelését: ennek egyik, de nem kizárólagos eredménye a föld „összezsugorodásának” érzete; de ennél is fontosabb a mozgókép által létrehozott új térélmény). A kétdimenziós mozgás virtuális tereket hozott létre (az új világgép megjelenésének pillanata, mint sok más esetben, itt is egy „botránny” jelenségében ragadható meg; a nézővel szemberohanó jármű, vagy a premier plán „levágott feje” keltette pánikban); a lényeg az, hogy a mozgás ebben az új lehetőség-tartományban teret hoz létre. A mozgókép megjelenése a reneszánsznak és a barokknak a térre fordított kiemelt figyelme után a teret újra központi szerepbe hozta, s egyúttal korábban soha nem látott mértékben biztosított lehetőséget *virtuális terek* létrejöttének.

Mozgás és tér a mozgófilmben

A mozgókép: kép. A kép pedig eredetileg mindig ikonikus. Látszólag tehát a film alapegysége is a kép. Mint azonban a filmet egy új művészet közegének tekintő egyik első filmalkotó, Szergej Eizenstejn kifejtette, a filmhatás alapegysége, lényegi meghatározó eleme nem a kép, hanem a *montázs*. Természetesen a filmképeknek is nagyon nagy szerepük van ebben a hatásban, a műnem művészi alkalmazói, mint már maga Eizenstejn is – az állóképeken kialakult kompozíciós szabályok és vizuális jelnyelv figyelembevételével – igyekeznek olyan képeket szerkeszteni, amelyek szellemi tartalmakat (érzelmeket, világgép-elemeket, stb.) fejeznek ki, e szellemi tartalmakat (ikonikusan) reprezentálják. De a filmben a (külső és belső) montázs minden képet mozgássá alakít át, s ez nem egyszerűen azt jelenti, hogy mozgásban *látjuk* a világot: a mozgás, az ikonikus sugallatú képpel szemben mindig beindít egy *ellenirányú* összefüggést is. Eizenstein, Griffith, Chaplin felejthetetlen képei (mint a felhúzott hídon fekvő döglött ló az Októberben, a babakocsi a lépcsőn a Patyomkin páncélosban, az etetőgép, vagy a csavarszorítás a Modern időkben, az ostromlott város kétségbeesetten vonagló erotikába menekülő háreme a Türelmetlenségben, stb.) mint (kvázi álló-)képek (és mint ikonikus üzenetek) is nagyon szuggesztívek, de igazi hatásukat attól a mozgástól nyerik el, ami a szemlélőben *szellemi mozgást* (az eredeti ikonikus sugallatot feloldó, többirányú,

oszcilláló gondolati-érzelmi mozgást) indukál.⁶ Ugyanakkor mindegyik említett képben nagyon nagy a szerepe a *térnek*, amelyben a mozgás történik; s mivel e tereket mozgó képen látjuk, a szemlélőben is *térélmény* (tehát nem egyszerűen vizuális élmény, hanem térélmény és az attól elválaszthatatlan mozgásélmény) jön létre. Ez pedig az egyszerű vizuális szimbolikától eltérő, komplex, a legkülönbébb érzékleti csatornákon egyszerre áramló,⁷ az érzelmeket, a pszichikum tudat alatti szféráit⁸ is igen bonyolultan befolyásoló szimbolikus hatást hordoz. (A különböző érzékleti csatornákon áramló hatások gyakran aszinkronban is vannak egymással, és ez fokozza a hatás komplexitását).

Az említett filmalkotók úttörők, az ő munkásságukon, és néhány más korai filmművész munkásságán kívül – főleg a hangosfilm felfedezése után – a film még sokáig lefényképezett színházként működik, de a filmművészet fejlődése fokozatosan vezet ahhoz, hogy a filmek mindinkább a műnemben rejlő speciális lehetőségek érvényesítésére épülnek, s ezek a speciális lehetőségek mára már a kommersz-film eszközei között is dominálnak. Hogy miről van szó, jól lehet érzékeltetni egy példaként kiragadott filmtéma, a háború ábrázolásával (ha már a fenti lábjegyzetben Goya kapcsán ezt a példát említettük). A háború ikonikus filmes ábrázolásaiban csatajeleneteket látunk. Vizuálisan hasonlóan egy realiztikusan megfestett csataképhez. Ezeket a csatajeleneteket azonban a mozgóképes ábrázolás mozgásba és térbe helyezve elkezd a vizuális üzenet érzékleti és érzelmi pluralizálását, többirányúvá tételét. (Minél „beljebb” van a kamera az ábrázolt események közepében, annál inkább). Igazán akkor teljeseedik ki ez a hatás, amikor a bemutatott mozgássor már nem egyszerűen képviseli, reprezentálja, hanem a hozzákapcsolt *asszociációkömeggel* átértelmezi a háborút. Amikor a „*hasonlóság*” helyett a

⁶ Talán nem véletlen a kapcsolat a montázs szerepét felfedező orosz filmiskola és az oszcilláció jelelméleti szerepének oly nagy hangsúlyt adó orosz formalista nyelvészeti iskola között.

⁷ A film nem vizuális műfaj, hanem Gesamtkunst, amelyben kezdettől fogva nagyon nagy szerepe van az auditív és a kinetikus hatásoknak.

⁸ Itt előfutárként utalhatunk Goyára, aki számos képén közvetlenül is ábrázolja a háború borzalmaival, de a zseniális „A kolosszus” (és a Saturnus) című képén magát a háború keltette szorongást, a tudatalatti rémképeit jeleníti meg: s éppen ebben, az érzelmi szféra, a tudat alatti bombázásában tud azután a huszadik században megszülető filmművészet (a mozgás és a térélmény bekapcsolásával) teljesen új dimenziókat nyitni.

jelenség komplex lényegének megragadása történik. Ilyen rendkívül szuggesztív háború-ábrázolást láthatunk Radványi Valahol Európában-jának Angol Park-jelenetében, az erre erősen emlékeztető állatkert-jelenetben Kusturica Underground-jában, vagy Csuhray Tiszta égbolt-jában. (Mindegyik esetben arról van szó, hogy egyrészt montázs-hatás jön létre a háború – a két első filmben bombatámadás – és egy attól teljesen idegen közeg (mint a gyermekek – és a gyermeklelkű felnőttek – békés, önfeledt szórakozását szolgáló Állatkert és Angol Park) között: a Csuhray-filmben pedig nők és gyerekek várják a csendes pályaudvaron szeretteik katonavonatát; és ez a montázshatás sokirányú szellemi mozgást indít be, amelyben igen sok érzékleti, érzelmi és gondolati asszociáció kezd el oscillálni a háború és az általa megerősített béke-világ közötti erőterben. Az eredmény nem ikonikus üzenet, hanem maga ez az (oscilláló) mozgás. A másik lényegi elem, hogy mindegyik esetben nagyon erős, sokkoló *térélményt* kapunk, s éppen ez a (negatív, szorongató, brutális érzékleti és érzelmi hatásokkal teli) *térélmény* hordozza a háború élményének *lényegét*. Ezt a *térélményt* pedig az említett filmekben szélsőséges expresszivitással alkalmazott⁹ (a vizualitás mellett legalább annyira a hanghatásokra is építő) mozgások hozzák létre. (A Tiszta égboltban a pályaudvaron megállás nélkül átrobogó vonat úgy van megjelenítve, hogy az elviselhetetlenségig felfokozott sebességtől a néző szinte azt érzi, hogy a vonat besodorhatja a sínekre, az összeolvadó kiáltások és a kattogó kerekek hangzavara – szintén az elviselhetetlenségig fokozva – pedig egészen infernalis hatású: a jelenet a háború borzalmi okozta fájdalmat úgy éleli át, hogy – a katonavonatnak a háborúra való *utalásán* kívül – nem magát a háborút ábrázolja).

Minél inkább próbál később a film visszanyúlni a maga állóképes előzményeihez, annál nyilvánvalóbbá válnak hatás-különbségei. A hatvanas években a modernizmus, amely minden műfajban a formák végletekig való lecsupaszításával próbálkozott, a filmben megpróbálta felerősíteni az egyszerű, *állóképes-statikus* és *ikonikus* jellegű vizuális elemek szerepét. Ezek a kísérletek azonban csak még inkább kiemelték a film különbségét: az egyes állóképek ugyan az ábrázolt tárgyi világ által megtestesített szellemiség ikonjaiként hathattak,

⁹ Egy sokkal visszafogottabb példaként említhető még a háború illetően ábrázolására Forman Hair-je is, ahol a repülőgépcethal sötét gyomra nyeli el az énekelve masírozó katonákat.

mivel azonban a képek egymásutánja még akkor is a mozgást tette volna az élmény lényegévé, ha a képek a szó szoros értelmében állóképek lettek volna (s persze nem voltak azok, hiszen mégoly minimális mozgás – legalább a kamera mozgása – még a legstatikusabb filmjelenetekben is jelen volt)¹⁰, az eredmény nem egy szellemi tartalom ikonikus közvetítése volt, hanem a mozgás összekapcsolódása a szellemi tartalmakkal és az ezáltal és ily módon létrejött (mindig többirányú), *oscilláló szellemi mozgás*. A hatvanas évek modernizmusa végül önmaga tagadásába torkollott: az egyszerű, absztrakt képek Fellininél (például a Satyriconban, a Casanovában, a Rómában, de a „realista” Amarcordban is), Pasolininál (például a Trilógiában: Dekameron – Canterbury mesék – Az Ezeregyéjszaka világa) a tárgyak és figurák olyan burjánzásába mentek át, amely egyrészt kitöltötte az ábrázolt tereket, másrészt a nézőben – a reális terekkel szembehelelyezve – megint csak intenzív szellemi *oscillálást* indukáló *térélményeket* konstruált. Ez csak kezdete volt a film olyan továbbfejlődésének, amelynek során a filmkép mind több képi elemmel, tárggyal telt meg (például Greenaway-nél, Jodorowskynál, Jeunet-nél, Gondry-nál és másoknál), s bár az említett rendezők egy része megint látszólag egyfajta statikus ábrázolásmódot képvisel, a képi elemek zsúfoltsága állandó (a szemlélt filmképen belüli) mozgásra kényszeríti a tekintetet, s a *szem mozgása* maga hozza létre az új szellemi tartalmakat. Másoknál nagy szerepet kap az állókép-kompozíciójú *totálkép*, náluk viszont az ezekbe a totálképbe behelyezett mozgások vezetnek a többirányú szellemi mozgás létrehozásához (lásd például Parsem Singh: A sejt, A zuhanás, stb.). A filmművészet (természetéből adódóan) tehát a mozgásosság (és az ettől elválaszthatatlan *térélmények*) átél(tet)ésén keresztül minden korábbi műnemnél erősebben a többirányú szellemi mozgás kiváltója, és kulturális antropológiai (s talán jeleméleti szempontból is) ez is az egyik legfontosabb funkciója.

¹⁰ Olykor pedig a látszólag statikus képen éppen a mozgás képviselte a lényegét (mint például Antonioni Nagyításának híres tenisz-jelenetében, ahol ráadásul éppen egy képi elemet – a labdát – kitörölve, azt helyettesítve kerül előtérbe a – szimbolikus – mozgás), és ez a mozgás lesz az egész jelenet, sőt, az egész film tartalmi lényegének hordozójává, miközben ez a tartalom nem egy ikonikus üzenet, hanem egy igen összetett és többirányú szellemi *oscilláció*. (Ikonikus az, ahogy a pantomim a teniszjátékot megjeleníti, de a jelenet és a film „üzenetének” ez éppen csak az „anyaga”).

... és az élet egyéb területein

Az említett fordulatnak a mozgókép volt a motorja, de kimutatható más műfajokban is. A *képregényben* például, amely szintén a huszadik század egyik sikeres tömegműfaja, a kép nem pusztán szövegillusztráció. Egyrészt ennek is lényegévé válik a *mozgás* leképezése (a korábbi képi illusztrációk az illusztrált történetnek egy-egy részletét statikus grafikai kompozíció sűrítményébe *merevítették ki*, a képregény természetének viszont ellentmond az egyes képkockák állóképes megkomponálása, éppen azért, mert a mozgást akarja visszaadni, és ennek érdekében az egyes képelemek mintegy „átugrálják” egyik kockáról a másikra, a kockák egymásutánja filmek egymás mellé vágott képkockáiként hat, és a kompozíció legfeljebb a folyamat egészében jön létre. Természetesen a képregénynek is vannak ikonikus elemei, de ebben a műfajban is a *folyamat* a lényeg. A mozgás közvetlen leképezése mellett ezt szolgálja a műfaj Gesamtkunst-jellege is (például az a nagy szerep, amit a *hang* játszik ebben a vizuális műfajban: Bang! Pakk! Wow! Hrmm!, stb.). A képregény aztán behatol az irodalomba (lásd Moravia, Eco, stb.), és visszahat (a rá nagy hatást gyakoroló) filmre is. A képregény-szemlélet egyik lényeges vonása éppen az, hogy benne *nem a kép illusztrálja a szöveget, hanem a szöveg a képet*, (pontosabban a képeken megjelenő mozgást).

Hasonló fordulat zajlik le a színházban is. A színházban a térnek és a mozgásnak eleve szerepe van, de az utóbbi évtizedekben – látszólag itt is a „képesség”, a színházi látvány fontosság-növekedésének eszközeként, de megint csak a Gesamtkunst-jelleggel együtt – igen *hangsúlyossá vált a tér és mozgás tudatos használata*, az említett képi műfajokban tapasztaltakhoz hasonló eredménnyel. Az elmúlt évszázadokban kialakult „kukucsalkáló”, lényegében egyterű dobozszínházzal szemben egyrészt mind több kísérlet zajlott a színpadi tér tagolására, megmozdítására, s e folyamat elvezetett olyan előadásokig, mint Magyarországon a Katona József Színház Bodó Viktor rendezte „Ledarálnak, eltűntem” című produkciója, amelyben igen nagy szerephez jut a színpad mélységi tagolása, a terekkel való játék, s ezt csak fokozza az, hogy a közönséget a szünetben e tereken vezetik át. A másik tendencia éppen ez, a közönségnek a játéktérbe való bevonása, s ezáltal térélményekhez juttatása, amelyek mind fontosabbak a dramaturgiai eszközök között. (Magyarországon például a Krétakör Színház több produkciója is arra épül, hogy a közönséget ide-

oda mozgatják a különböző helyszínek között, de említhetjük Zsótér Sándor bravúros „K. mama” rendezését is a Színház- és Filmművészeti Egyetem Uránia-épületi világitóudvarán, ahol a közönségnek a cselekmény terébe való behelyezése igen intenzív élményerővel teremti meg a harmincéves háború hangulatát, pontosabban az átélhető kapcsolatot a harmincéves háború hadszíntere és az ezredfordulós Budapest között). Nagyságrenddel megnőtt a színházban a mozgás szerepe is. Míg évtizedeken át a deklamáló – Cserhalmi György kifejezésével: a „leszúrt lábú” – színészet dominált, az utóbbi évtizedekben a test mozgása igen hangsúlyos eleme lett a színházi produkciónak; jelrendszere, amely sokáig a szöveg üzenetének alárendelten működött, a szöveggel egyenértékű, külön üzenetté emelkedett. Nem tekinthető véletlennek, hogy a színházakban felszaporodtak a mozgásművészeti elemek, egyre több ilyen társulat alakult, de a hagyományos színházakba is beépült a kortárs mozgásművészet, (s a televízió tehetségkutató műsoraiban is látványosan megnőtt a különböző mozgás-műfajokkal próbálkozóak száma). Ma már az is önmagában megálló előadás, amikor egy színház művészei nem tesznek egyebet, mint hogy műhelymunkájuk feltárásaként mozgásgyakorlataikat mutatják be a közönségnek. Mindennek eredményeként pedig a színházban is csökken a daraboknak a cselekmény lineáris folyamatában kibomló szellemi tartalom-közvetítése – a mozgás-, és térélmények kiváltotta oszcilláló szellemi mozgások javára.

A *számítógépes kultúra* „képességére” fokozottan érvényesek a bemutatott változások. Itt is igen nagy szerepe van az állóképeknek, ráadásul itt aztán tényleg nagyon nagy mértékben ikon jellegűek is a képek. (Habár a *mozgóképes* jellegű játékok a számítógépes kultúra történetében is előbb jelentek meg, mint az állóképes illusztrációk, és a mozgásélmény itt is az egyik elsődleges motiváló tényező volt). Ám még ha eltekintünk is attól, hogy (a gépek kapacitásnövekedésével mind nagyobb mértékben) az interneten és a számítógép-használat egyéb területein is egyre nagyobb tért hódít a mozgókép, az állóképek sem olyan szerepet játszanak, mint például egy hagyományos könyv illusztrációiként. A könyvhasználat linearitása a betűírás linearitását követte, s a képek (bár természetesen vissza lehetett lapozni rájuk) maguk is mintegy képirásos betűként (szóként, mondatként) illeszkedtek a lineárisan haladó szövegbe. Az Internet használata nem lineáris, hanem elágazós; a képeken keresztül sok esetben alkönyvtárak külön vilá-

gába lehet belépni. A számítógép-használat *állandó ide-oda mozgás* (jellegét jól jelzi a „szörfözés” kifejezés), melynek során az egyes képek folytonosan hatnak egymásra, s az állandó mozgásban lévő képi közeg – maga ez a mozgás – átalakítja, átértelmezi az eredeti ikonikus célzatú képi üzeneteket is. Bár a számítógépes hálózatokon rengeteg információ, szellemi tartalom közvetítődik, e médium hatásának nem ezek az egyes információ-csomagok alkotják a lényegét, hanem az a szellemi tartalom, ami az összehatásból, illetve az egyes elemek egymásra hatásából létrejön. Ebben a közegben is érvényes, hogy *számos érzékleti csatorna* igénybevételére épül (bár persze a vizualitás dominál), és itt is érvényes, hogy nagyon nagy a szerepe a *térnek*: az elágazásos rendszer állandó „térugrást”, újabb és újabb terekbe való belépést illetve rálátást biztosít. (Megint csak nem véletlen, sőt, nagyon is jól tükrözi a lényegét a számítógépes nyelv „ablak” kifejezése...). A számítógépeken létrehozott virtuális tér nemcsak a számítógépes játékokban vagy modellező programokban kerül a középpontba, hanem az egész számítógépes kapcsolatrendszer lényege is a térélmény (cyber-tér), amely ráadásul feloldja azt a kettősséget, ami az ember valóságos térélményére jellemző. (Azt ugyanis, hogy hagyományosan egyfelől megéljük benne-létünket egy valóságos térben – amely lényegében látómezőnk határaiig terjed, jelentse ezt a határt egy szoba vagy barlang fala, de legfeljebb a horizont –, másfelől tudjuk, hogy létezik a „nagyvilág” tere, amelynek az élményterünk csak része, de ezt a „nagyvilágot” vagy csak mint a hozánk, saját élményterünkhöz képest külsőt tudjuk elképzelni, vagy az egész körülöttünk lévő világot egy gömb héjaiként, mely gömbnek a belső magja az élményterünk, és a „nagyvilág” olyan halmaz, mely a maga nagy gömbhalmazában tartalmazza a mi halmazunkat is. A számítógépes virtuális tér a „nagyvilág”-ot teszi *közvetlen* élményterünké – beleértve a valóságosan nem létező, képelt tereket is –, amelyben mintegy „térugrásokkal”, „teleportálással” tudunk közlekedni, s a számítógép képi világa nem egyéb, mint ennek a térélménynek az elem-rendszere). Nagyon termékeny lehet ebből a szempontból a számítógépes kultúra különböző képi műfajainak (a Youtube, az Iwiw típusú netvorkók képanyaga, galériák, honlapok, stb.) vizsgálata: milyen ikonikus üzeneteket továbbítanak, s mindez milyen tér- és mozgásélményekbe illeszkedik.

A fordulatot még számos területen ki lehet mutatni. Itt még csak egyetlen példát említenék. A

politika mediatizációját évtizedek óta emlegetik. E folyamat kulcsmozzanatának szokás tekinteni John F. Kennedy választási kampányát, amelyben először vált döntő fontosságú tényezővé a politikus médiában megjelenő *képe*. A fordulat valóban itt kezdődött, de ennek sem maga a képiség, és nem is az ikonikus jelleg a lényege. Hagyományosan a politika ikonja volt a politikus, s a politikus ikonja a politikus külső megjelenése, képe. (Hagyományosan is számított a külső – vonzó vagy éppen taszító – megjelenés, de úgy számított, hogy egy személyiség fenomenologikus megnyilvánulásának tartották, a személyiséget pedig az általa képviselt értékek – politika – megtestesítőjének. A „karizmáról” alkotott képzetek mind ezen az ikonikus összefüggés-soron alapulnak). A mediatizált politika világában azonban mindez megfordul. A **mozgásos látvány** lesz a döntő (ha már elnökválasztási kampányokról van szó: hogy mennyire lényeges a mozgás, s ezen belül konkrétan a politikus testmozgásai, az legutóbb Obama kampányában volt megfigyelhető, de például Putyinnál és Sárközynél is kimutatható). Egyáltalán nem az állóképes hatás, hanem a mozgásos látvány, a bekapcsolt terek mennyisége és jellege, (s megint csak a Gesamtkunst hatás is, hangokkal, zenével és egyéb érzékleti befolyásoló elemekkel). A mozgásos látvány alakítja ki a képet a politikusról (már nem egy eleve meglévő személyiség, hanem a fizikai és szellemi mozgások eredőjében létrejött szimbolikus sűrítmény a politikus, s nem ő egy politika (az általa képviselt politikai célok) megtestesítője, (a feltételezett célok alapján nem is mindig lehet a politikusokat megkülönböztetni), hanem a politika az ő (virtuális, az említett mozgásokból összeálló) „személyiségének” a függvénye. (Ezt a fordulatot a Reagan-jelenséghez szokták kötni: megint csak jelképes, hogy személyében éppen egy színészből lett elnök, hiszen a színészi munka az, amelynek során az embernek különböző fizikai és szellemi mozgásokból kell felépítenie, azok sűrítményeként, egy virtuális személyiséget)¹¹.

Gondolatmenetünk hátralévő részében végezetül néhány konkrét példán keresztül¹² az **utcakép**, és különösen a reklámképek közegében szeretnénk megvizsgálni, hogy ikonikus fordulatról, vagy valami másról van-e szó?

¹¹ Az más kérdés, hogy a színészi munkában többnyire a másik irány is érvényesül: a saját személyiség kivetülése.

¹² A képi illusztrációk Debreczeni Péternek, a MOME építész hallgatójának köszönhetőek.

Tér, mozgás, reklám

A város tele van ikonikus jelekkel. A szemiotika hagyományosan is szívesen merít ebből a közegből, amikor az ikon példáit keresi. Bevett szófordulattá vált (Pilinszky János verskötete nyomán) a „nagyvárosi ikonok” kifejezés is. Az tehát vitathatatlan, hogy az ikonikus jelleg e közegben határozottan jelen van. Mint ahogy számos esetben egyértelmű az ikonikus **szándék** is: a huszadik században és a huszonegyedik században is jellemző, hogy az egyes cégek éppúgy, mint az egyes politikai tényezők ikonokat akarnak maguknak, hiszen ezekbe sűrítetten igen hangsúlyossá tudják tenni jelenlétüket az információk tömegét áramoltató, örvényeltető nagyvárosi közegben. Igen ám, hanem amikor a képi jelek, információk túlburjánzásáról beszélünk a nagyvárosi közegben, ezzel az jár együtt, hogy az egyes ikonok már csak korlátozottan képesek hatni: sokkal erősebb lesz itt is az **összhatás**; a szem állandó mozgásra van kényszerítve, és ez a mozgás-élmény is meghatározó lesz, s mindez visszahat az egyes képi elemek jelentésére is.

Vannak egyértelműen **ikonikus hatású látvány-elemek** (1., 2. és 3. ábra), (hiszen a modern nagyvárosi látványegyüttesben igencsak meghatározóak a reklámok, s a reklámozó cégeknek, mint említettük, nagyon fontos, hogy önmagukat, illetve termékeiket ikonikus, sűrített módon megjelenítsék, hogy megkülönböztető módon váljanak ki a többi látványelem kaotikus közegéből), de ikonikus fordulatról nem beszélhetünk: éppen ami ikonikus volt az elmúlt évszázad(ok)ban, az változik át valami mássá. (Ráadásul a képnek a szöveg kárára való terjedése sem egyértelmű: a szöveg továbbra is – és a városképben is – nagyon lényeges eleme a látványnak.) (4., 5. és 6. ábra). Eredetileg a reklámkép, a cégér, a kirakat stb. állókép: funkciója is az, hogy megállítsa a járókelőt. Csakhogy a képek nem csupán önmagukban sugároznak valamilyen jelentést, montázshatásuk is van: egymásra hatnak, összeadódnak, stb. s minthogy a járókelő mozgásban van közöttük, ez a mozgás az állókép-szerű látványelemeket is „megmozdítja”, mintegy diaképből mozgóképes filmkockává teszi őket. Fokozottan így van ez, ha járművekből szemléljük őket, márpedig a képi reklámozás is mind inkább igazodik ahhoz, hogy az emberek többsége gyors közlekedési eszközök ablakából vet egy-egy pillantást az egyes képekre: többek között ezért is lettek a plakátok egyre nagyobbak, sebesen suhanó autókból is ész-

lelhetőek. (7. ábra). De az állandó mozgó-örvénylő városi közegben **mag a reklám is megmozdul**; a többségében állóképes jellegű reklámok háttéréből éppen mozgásával próbál kiválni egy-egy üzenet (már nem is annyira a kép, mint maga a mozgás próbál figyelemfelhívó lenni). Ez a huszadik században kedvelt eszközzé vált (a futó fénybetűktől a különböző mozgó reklámfelületeken át (8. ábra) a mozgó babákkal és műsorokat ontó képernyőkkel teli kirakatokig).

Az utcaképben is regisztrálhatjuk tehát a mozgás megnőtt és egyre növekvő jelentőségét. De érvényesül a másik, más területekkel kapcsolatban már több ízben említett sajátosság, a **térélmény** jelentősége is. A városban gyalog vagy járművön haladó természetesen állandóan különböző térélményeket él át, s az őt célba vevő látványhatások maguk is egyre nagyobb mértékben éppen térélményekre igyekeznek építeni. Az utóbbi időben divatba jött, a tatarozás alatt álló házak állványzatát betakaró, **a házzal azonos méretű reklámképek** egyértelműen virtuális térélményre alapoznak: az első ilyen reklámokon magának az adott háznak az ideális képe jelent meg („ilyen volt” vagy „ilyen lesz”); ezekben az esetekben a kép jele, sőt, ikonja a háznak, de minthogy nem azonos vele, a térélményt éppen az adja, hogy egy kétdimenziós ábrázolás, és az ez által keltett térillúzió áll a háromdimenziós valóság helyett. Felfedezve az ebben rejlő hatást, a reklámozó cégek mindinkább megpróbálták kihasználni ezt az új lehetőséget, s a minden korábbinál nagyobb méretű látványelemekkel kitakarva az adott térdarab valóságos „tartalmát”, az adott helyen létrehozta egy-egy virtuális teret: a ház helyett a reklámozni kívánt termék vagy szolgáltatás, illetve az ahhoz kapcsolódó életérzés „világát”. (9., 10., 11., 12. és 13. ábra). Ezek a virtuális terek viszonyba lépnek a város valóságos tereivel, és hatásuk nagy részét éppen az azoktól való különözés, **egy másik világba, egy más térbe való átlépés** érzése képezi. Ezt a hatást kisebb méretekben is létre lehet hozni: különösen alkalmasak erre a nyílászárók, amelyek eleve magukban hordják egy-egy „másik világba” való átlépés vagy átkukucsálás lehetőségét. (14. és 15. ábra).

A reklámtervezés ma már nagyon tudatosan épít a városi terek illetén használatára, s nem ritka már az a törekvés sem, hogy az összhatást is megkomponálják, figyelembe véve (és a reklámhatás részévé téve) a térhatásokat, illetve a térben való

mozgásokat is, (mind a szemlélők, mind pedig a reklámhordozók mozgását tekintve). (16. ábra). A reklámhordozók is mind **nagyobb arányban mozognak** a városi térben (17. és 18. ábra), és azok a képek is, amelyek megmaradnak állóképeknek, igyekeznek legalább a szemlélő tekintetének mozgásélményt nyújtani, a mozgást leképezni (19. ábra); ha más nem, legalább **mozgásokat** (lehetőleg minél intenzívebb, a mozgásélményt minél szuggesztívebben hordozó mozgásokat) **ábrázolni**. (20. ábra). Olyan témákat is mindinkább mozgásokkal jelenítenek meg, amelyek ezt nem feltétlenül követelnék meg. (21. ábra).

A tér és mozgás szerepének előtérbe kerülésének talán legjobb példái azok, amikor a cél a **szellemi mozgás, az oszcilláció** kiváltása valamilyen **térhatás** által. Amikor a szemlélőnek egy térillúzió vagy az ábrázolás meghökkenítő jellege folytán némi időre és gondolati tevékenységre, (a látvány különböző olvasatai közti ide-oda mozgásra) van szüksége annak beazonosításához, hogy mit is lát. (Például hogy síkbeli vagy térbeli ábrázolással áll-e szemben?). (22. ábra)¹³ És éppen ez a kiváltott szellemi tevékenység, oszcilláció fokozza a figyelemfelkeltő hatást, emeli ki a reklámozni kívánt terméket vagy szolgáltatást versenytársai háttéréből.

De még ha eltekintünk is attól a közegtől, attól a háttértől, amelybe az egyes látványelemek kerülnek, a mozgás és a tér növekvő szerepe akkor is megfigyelhető. Az alábbi példa lehetne éppen egyes közismert személyek, sztárok („ikonok”) ikonikus ábrázolása is, (s persze ez is benne van a képben). De a hatás elsősorban megint egy hangsúlyozottan **térbeli cselekvésre** épül, arra utal, (s a felkínált szolgáltatást – reklámfelületek biztosítását – is térbeli cselekvésként helyezi előtérbe). (23. ábra). Bemutatunk néhány példát, amelyek mindegyike **különböző terekkel való játékra**, a különböző terek egymással viszonyba-léptetésére, és a mindezek által kikényszerített szellemi mozgásra épít. (24., 25., 26., 27., 28., 29., 30., 31. és 32. ábra).

Az **összhatás** mindig lényegesebb, mint a felhasznált egyes jelek (33. ábra). Ez az összhatás hol általa jön létre, hogy a képek (miként a mozgófilm

¹³ Ez a példa egyszersmind példa a mozgásban lévő reklámhordozóra is, sőt a virtuális tér létrehozására is, hiszen azt a hatást kelti, mintha a villamos belső tere olyan mesebeli világnak adna otthont, amelyben ilyen lények tartózkodnak.

kockái) **folyamattá állnak össze** (mint a képregény-szerű ábrázolásban), (lásd 34. ábra), hol pedig azon alapszik, hogy a befogadónak a „csináld magad” elve alapján **magának kell összeraknia** (ez ugyebár megint csak hangsúlyozott mozgásos aktivitást jelent, amire mintegy fel is szólítják a szemlélőt) az egyes elemekből a kép egészének üzenetét. (35. ábra). Van, amikor az váltja ki ezt az aktivitást, hogy a képben el van rejtve valamilyen „hiba”, meg nem-feelés, (különböző terekből, látványvilágokból származó elemek keverése) és ezt a szemlélőnek fel kell ismernie. (36. és 37. ábra). Az alábbi képen pedig a mozgás azáltal jön létre, hogy a befogadónak a „telefonzsinór” kanyargását követve ki kell olvasnia a szöveget (megint a térrel való játék, hogy pusztán az elhelyezés következtében telefonzsinórnak látunk egy egyszerű betűsort, s így a *szöveg*ből **kép** lesz, de a hangsúly ugyanúgy a folyamaton van, mint például a 19. ábra esetében). (38. ábra)¹⁴. Következő példánk éppen arra is vonatkozhatnék, hogy világunkban mind több az ikonikus jel, s a számítógépes kultúra egyik legjellemzőbb cselekvése a kis ikonokra való rákattintással belépni az ikon-jelezte alkönyvtár világába. De itt éppen az ikonikus jelleg nem kap hangsúlyt (a színes gombok nem jelentenek semmit, nem utalnak semmire), a lényeg magának a kattintásnak (a virtuális térbe, egy-egy világba való belépésnek, a mozgásnak) a ténye. (39. ábra). Végül utolsó képünk annak példája, hogy azok az üzenetek, amelyek állóképek maradnak is, (s ráadásul ez még csak nem is kép, hanem szöveges üzenet), az őket körüláramló, állandó mozgásban lévő világ és saját térbehelyeztettségük következtében ki vannak téve szándékolatlan hatások következményeinek, amelyek üzenetüket módosítják, lerombolják és egészen más összefüggésekbe ágyazzák.

Summázat és kitekintés

Összefoglalva a fentieket, tehát a huszadik-huszonegyedik században zajló szemiotikai fordulatra jellemző az ikonikusság is, a képiség előnyomulása is; (de ehhez mindig hozzá kell tennünk: bizonyos szempontból és más módon, de az ikonikusság is, a képiség is jellemző volt a korábbi korokban is); ám a lényeg nem ez, hanem az, hogy a vizuális hatás egészen más formában történik, mint korábban, s ebben a képi jellegen kívül döntő

a) a **térélmény** és

¹⁴ Itt mellesleg azt is láthatjuk, hogy a szöveg, a verbális hatás sem veszíti el a jelentőségét

- b) a **mozgásosság**,
- c) fontos a több érzékleti csatornát is megcélzó **Gesamtkunst**-jelleg,
- d) és az is, hogy az irány megfordul, és az **összhatás visszahat a közlőre**;
- e) valamint az is, hogy a mozgás **szellemi** tartalommal kapcsolódik össze, illetve hogy a szellemi tartalom nem csak kiindulópont, hanem főleg a (mozgó) látványhatások **eredménye**.

A fordulat lényege nem ikonikussága, hanem a **dinamikus és térszerű látványhatás** megnövekedett szerepe a kommunikációban, mind a tudatos jel-készítésben, mind pedig a jel-észlelés és -értelmezés folyamatában.

Kétségtelen, hogy az írásos kultúra absztrakciójával szemben fokozott **érzékettség**, a konkrét érzékleti hatások nagyobb szerepe jellemzi a kor jelhasználatát, ez azonban egyértelműen ráépül a korábbi absztrakciós folyamatokra, (magának az írásnak a szerepe sem vész el, továbbra is jelen van a vizuális hatások között), az érzékleti elemek mintegy magukba szívják az absztrakciókat, és kialakulóban van egy olyan jelnyelv, amelyben megszűnik a konkrét-érzéketli és az absztrakt-fogalmi síkok különváltsága, (s az absztrakt-fogalmi jelleg fokozott mértékben beköltözik a konkrét-érzéketli hatásokba is). Hasonló zajlik le e tekintetben is, mint az anyagi termelés síkján, ahol a számítógépesítés felszabadítja az emberi gondolkodást az olyan műveletek alól, amelyeket számítógéppel is el lehet végezni, s ez hosszú távon nyilván az emberi gondolkodás nem-gépesíthető sajátosságainak, a kreativitásnak, a szimbolizációnak, különböző **kvalitatív** pszichikai képességek használatának nyújt a korábbiaknál sokkal nagyobb teret. A jelhasználatban ez azt jelenti, hogy az absztrakt fogalmi gondolkodás, amelyet a modernizmus embere az emberi tudatfejlődés csúcsára helyezett, (és ezáltal céllá emelt), egy komplex, érzékleti-szimbolikus gondolkodás egyik (eszközértékkel használt) összetevőjeként él tovább. Az emberi tudatműködésben mindig jelen volt mindez: ha egyáltalán van értelme fordulatról beszélni, akkor a fordulat a különböző gondolkodási mechanizmusoknak ebben az említett **arányátrendeződésében** ragadható meg.

Az újfajta jelhasználat kétségkívül jelentős szemléleti átalakulások sorozatával jár, melyek – mint minden változás – pozitív és negatív, építő és romboló fejleményeket egyaránt magukkal hoznak.

Megváltozik a **percepció jellege**, felgyorsul az észlelés, növekszik a hatások **komplexitása**, és **csökken az ingerküszöb**. A gyorsulás és komplexitás növekedése, mint képességfejlődés egyértelműen pozitív, mint ahogy nyereség a **vizuális és a mozgás-kultúra fejlődése**, a vizuális és kinetikus jelek használatának növekvő tudatossága; s az új jelhasználat feltétlenül jótékonyan hat a **kreativitásra**, a kép- (és egyéb) **alkotási képességek** fejlődésére is (a passzív befogadó pozíciójából mind többeket vezet át az aktív alkotó helyzetébe). Az is gazdagító tényező, hogy az új jeltovábbító eszközök **intenzív figyelmet** kívánnak meg, s a pozitív hatások közé sorolhatjuk az **individuais olvasatok lehetőségeinek megnövekedését** is. (Ennek van ugyan negatív eleme is: az olvasatok sokasága ezek tűnékenységét is növeli, ám a hozadék – a lehetséges továbbgondolás, a felhasználási kombinációk számának növekedése –, jóval nagyobb). A fejlemények elősegítik egy (a verbális nyelvi határokon átlépő) **egyetemes jelnyelv** kialakulását, a különböző **kommunikációs gátak csökkenését**, s mindezzel új, az emberi lehetőségeket növelő életformák kialakulását is.

Ugyanakkor a látványok és térbeli mozgások szerepének növekedése (a verbális jeltartomány rovására) fokozhatja a **manipuláció** veszélyét, (az egyes ember ellenálló képességének csökkenése ezt a veszélyt tovább fokozza); hajlamosít a **külsődleges, formális**, (“kifelé látszó”) megoldásokra, nehezebbé teszi a pillanatnyi-**efemer és a lényegibb jelenségek közötti különbségtételt**, gyengítheti az **analitikus** gondolkodás és az **absztrakció** szerepét, s ezzel a világban ható törvényszerűségek felismerését. Az állandó mozgás, változás nagyon megnöveli az igényt is az állandó mozgásra, fenntart egyfajta permanens **nyugtalanságot**, s jellemzővé teheti az egyes ember hányódását a hiperaktivitás és az energiavesztett depresszió között. A számítógépes kultúra által megkívánt intenzívebb figyelem egyúttal **osztott, töredékes figyelem** is, s ez az elmélyedés helyett szintén a felületesség irányába terelhet. A valós és virtuális valóságok közti határok oldódása pedig (ha lehetőséget ad is az egyes embernek különböző társadalmi frusztrációi hatékonyabb kezelésére) a **társadalomban való reális tájékozódás** (és főként a társadalmi folyamatok aktív alakítása) szempontjából sok esetben nem igazán kedvező hatású, (bár persze a társadalmi folyamatok aktív alakításához a számítógépes kultúra – gyors és gazdag információ-áramlásával – igen hatékony segítséget is nyújthat).

Bár nem jósolhatjuk meg, hogy a folyamatok pontosan milyen irányba tartanak, (s lehet, hogy ebben újabb jelentős fordulatok várhatók), mindenesetre jelenleg annak is tanúi vagyunk, hogy a valóságos tér-, és mozgás-élmény mind nagyobb arányban a számítógépes **virtualitásnak** adja át a helyét; (az érzékletiség jelentőségének említett növekedése igen nagy mértékben virtuális világokban zajlik, amelyekkel az emberiség képernyőkre tapadó tekintettel kerül kapcsolatba), s hogy viszakanyarodjunk a kiinduló gondolathoz, **ebben az értelemben** viszont valóban **ikonizálódásról** beszélhetünk, (ebben az értelemben beszélhetünk a leginkább „ikonizálódásról”): **a virtuális valóságok formájában ugyanis a valóságos tér és a mozgás maga ikonizálódik.**

2008.

Rezümé

Ikonikus fordulat, vagy valami más?

A szerzők megkérdőjelezzik G. Boehm „ikonikus fordulat” kategóriáját. Elismerve a vizualitás térnyerését, felvetik a kérdést, hogy valóban új jelenségről, vagy egy régi jelenségre fordított újfajta figyelemről van-e szó? Valóban a vizualitás a kulcs, vagy valami más? Elemzik az „ikonikus” kategóriát, majd kimutatják a tér és a mozgás megnövekedett szerepét a huszadik században (filmes példákon és az élet egyéb területein). Úgy látják, hogy az úgynevezett „ikonikus fordulatnak” a lényegét a tér és a mozgás és a vizualitással kapcsolatba kerülő szellemi tartalmak adják. A cikk végén reklámok sorával illusztrálják állításait.

Summary

Iconical turn... or something else...

The authors criticise the term of Gottfried Boehm: „iconical turn”. They don't deny the growing importance of visuality, but they ask: is this a new phenomenon, or a new role of an old one? Is the visuality the most important component in the world of today? Or something else? They analyse the term „iconical”; then they show the growing role of the *space* and the *motion* in the twentieth century, (in the films, and on the other territories of the modern life). In their opinion the new role of space, the motion, and spiritual contents of the visuality are the main components of the so-called „iconical turn”. At the end of their article, they present a

collection of advertisements, which illustrates their main statements.

Irodalom

Balogh István 1979

A társadalmi információ.
Gondolat, Budapest.

Benczik Vilmos 2004

Az elsődleges szóbeliségtől az írásbeliségig.
www.tufk.elte.hu/tarstud/filmuvtort_2004/benczik.htm

Boehm, Gottfried 1994

Was ist ein Bild?
Wilhelm Fink Verlag, München.

Debord, Guy 1995

The Society of the Spectacle.
Zone Books, New York
magyarul: *A spektakulum társadalma.*
Budapest, 2006.

Eisenstein, Szergej 1998

Válogatott tanulmányok.
Áron kiadó, Budapest.

Horányi Özséb – Szépe György szerk. 1975

A jel tudománya.
Gondolat, Budapest.

Kapitány Ágnes – Kapitány Gábor 2000

Az utca beszéde és viszonya a legitimitáshoz.
In: Balázs Géza – Voigt Vilmos szerk.
Jeles jogok – jogos jelek. Nyelvi jogok – társadalmi konfliktusok.
Magyar Szemiotikai Társaság,
Budapest, 73-118.

Mitchell, W. J. T. 1994

Picture Theory.
Essays on Verbal and Visual Representation.
University of Chicago Press, Chicago.

Nyíri Kristóf 1996

Bölcsészettudományok az írásbeliség után.
Világosság, 6:3-16.

Nyíri Kristóf:

Multimédia és új bölcsészettudomány.
www.hunfi.hu/nyiri/termtud.htm



1. ábra



2. ábra



3. ábra



4. ábra



5. ábra



6. ábra



7. ábra



8. ábra



9. ábra



10. ábra



11. ábra



12. ábra



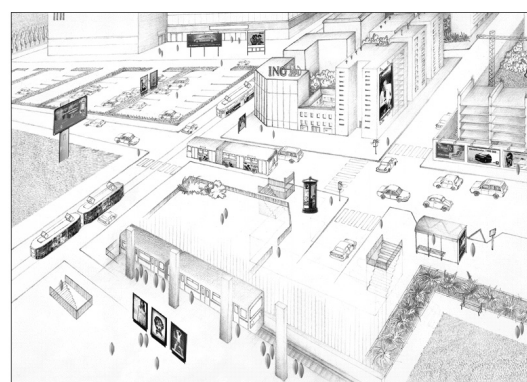
13. ábra



14. ábra



15. ábra



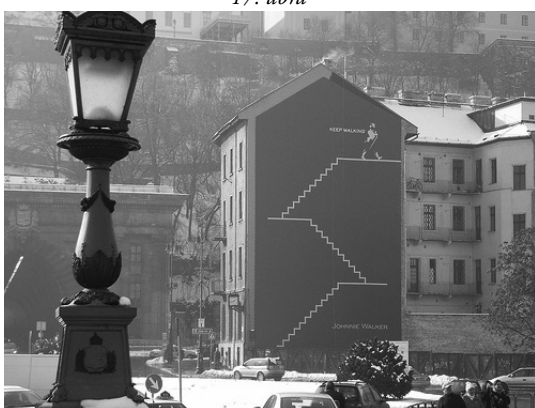
16. ábra



17. ábra



18. ábra



19. ábra



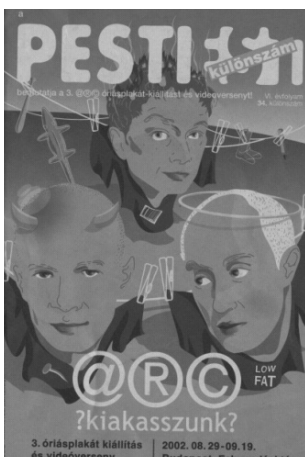
20. ábra



21. ábra



22. ábra



23. ábra



24. ábra



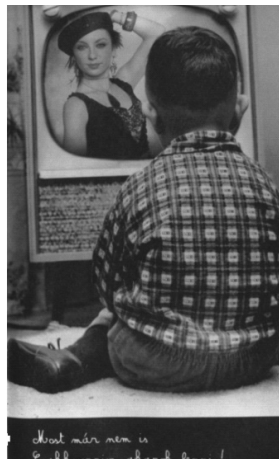
25. ábra



26. ábra



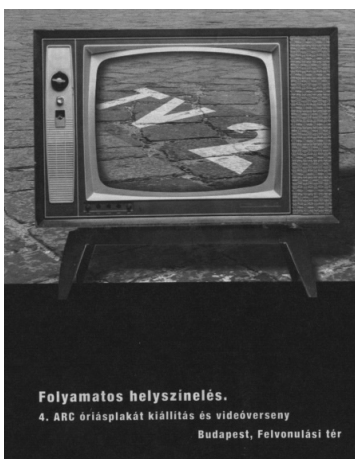
27. ábra



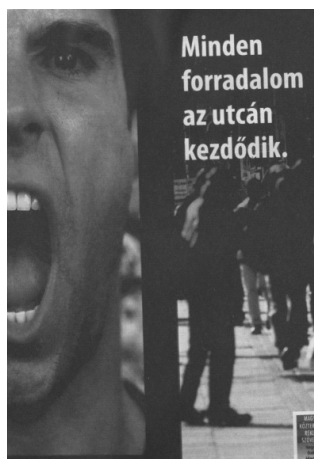
28. ábra



29. ábra



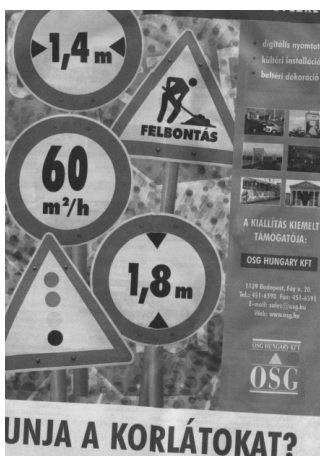
30. ábra



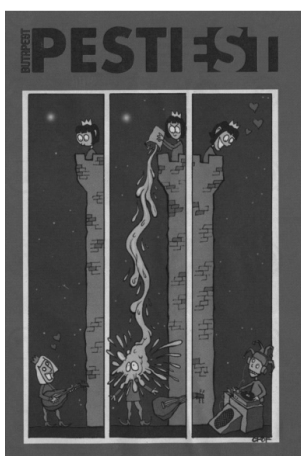
31. ábra



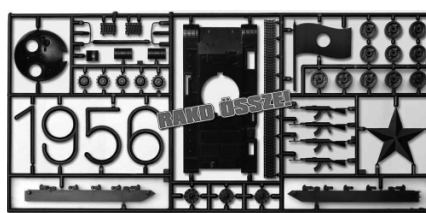
32. ábra



33. ábra



34. ábra



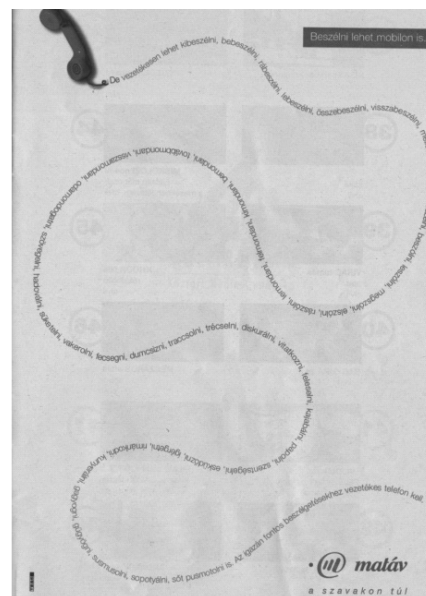
35. ábra



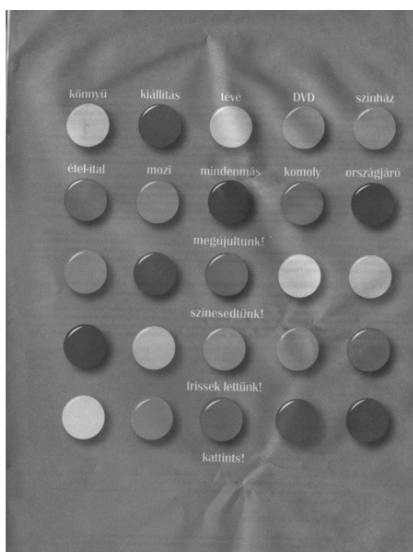
36. ábra



37. ábra



38. ábra



39. ábra



40. ábra