

E. H. Gombrich

A látható kép

In Horányi Ö. (szerk.), 2003, Kommunikáció I–II. Budapest: General Press, 92–107. [The Visual Image. Scientific American 1972:227:3:85–96.] Fordította Pléh Csaba.

Korunk vizuális kor. Reggeltől estig képek bombáznak bennünket. Amikor a reggelinél kinyitjuk az újságot, a hírek között férfiak és nők fényképeit látjuk, s amint feltekintünk az újságból, máris a zabpelyhes dobozon levő képen akad meg a szemünk. Megérkezik a postánk, s a borítékokból egymás után színes prospektusok kerülnek elő vonzó tájképekkel, napozó lányokkal, amelyek tengeri kéjutazásra csábítanak, vagy elegáns férfiruhák képei bukkannak elő, amelyek új öltöny csínáltatására unszolnak. Lakásunkat elhagyva, hirdetőtáblák mellett haladunk el, amelyek figyelemfelkeltésükkel megpróbálják kihasználni a dohányzás és az evés-ivás iránti vágyainkat. Valószínűleg a munkában is dolgunk lesz valamilyen típusú képi információval: fényképekkel, vázlatokkal, katalógusokkal, tervrajzokkal, térképekkel vagy legalábbis grafikonokkal. Amikor este a televíziókészülék mellett kívánunk pihenni – amely új ablak a világra –, kéjek és horrorok tovatűnő képeit szemléljük. Még az elmúlt idők vagy a távoli országok képei is könnyebben hozzáférhetők ma számunkra, mint valaha voltak az akkori közönség számára. A képeskönyvek, a képeslapok és a bekeretezett diaképek mint ütiélmékek úgy felgyűlnek otthonunkban, akárcsak családi felvételeink.

Nem meglepő tehát az az állítás, hogy olyan történelmi korszak kezdetén vagyunk, amelyben a kép átveszi az írott szó helyét. Ezt az állítást szem előtt tartva, talán még fontosabb az, hogy tisztázzuk, mik a kép lehetőségei a kommunikációban, hogy felvethessük azt a kérdést, hogy mit tud jobban, s mit tud kevésbé a kép, mint a beszéd vagy az írott nyelv. Erre a kérdésre – jelentőségéhez képest – elkeserítően kevés figyelmet szentelnek.

A nyelv kutatói hosszú idő óta elemzik, hogy milyen különböző funkciókat lát el az emberi kommunikáció elsődleges eszköze. Anélkül, hogy részletekbe mennénk, a mi céljaink számára elfogadhatónak tűnik a nyelvi funkcióknak az a felosztása, amelyet Karl Bühler javasolt, aki megkülönböztette a kifejezés, a felhívás és a leírás funkcióját. (Ezeket egyébként szimptomának, jelzésnek és szimbólumnak is nevezhetjük.) Akkor mondjuk azt, hogy egy beszédaktus kifejező, ha a beszélő lelkiállapotáról informál. A beszéd tónusa maga szimptomatikus lehet a dühre vagy a jó hangulatra nézve; másrészt viszont lehet, hogy az a célja, hogy sajátos lelkiállapotot váltson ki a címzett személyben, mint olyan jelzés, amely dühöt vagy jó hangulatot vált ki. Fontos az, hogy

megkülönböztessük az érzelm kifejezését annak kiváltásától, a szimptómát a jelzéstől (szignáltól), különösen mivel a köznyelv nem teszi meg ezt a megkülönböztetést akkor, amikor az érzések „közléséről” beszélünk. Igaz, hogy ez a két funkció egybeeshet, s a beszélő dühének hallható szimptómái dühöt váltanak ki bennem, de az is lehet, hogy engem hidegvérrel kiterelve is feldühíthet. Ez a két kommunikációs funkció – az ember mellett az evolúciós skálán lefelé menve – más lényeknél is megtalálható. Az állati kommunikáció lehet szimptomatikus az érzelmi állapotokra nézve, vagy funkcionálhat úgy, mint olyan jelzés, amely bizonyos válaszokat vált ki. Az emberi nyelv ennél többre képes: az emberi nyelvben kialakult a leíró funkció (amely az állati jelzésekben csak elemei formájában van jelen). A beszélő beszélőpartnerét informálni tudja múltbeli, jelenlegi vagy jövőbeli tényállásokról, megfigyelhető vagy távoli, tényleges vagy lehetséges eseményekről. Mondhatja azt, hogy esik, esett, esni fog, lehet, hogy esni fog, vagy „ha esik, maradok”. A nyelv e csodálatos funkcióját jórészt olyan kicsiny partikulákon keresztül valósítja meg, mint a „ha”, „amikor”, „nem”, „mert”, „mint” és „néhány”, amelyeket logikai szavaknak szoktak hívni, mivel ezek teszik lehetővé azt, hogy a nyelv segítségével logikai következtetéseket fogalmazzunk meg.

Ha a kommunikációt a nyelv szempontjából vizsgáljuk, először is azt a kérdést kell felvetnünk, hogy a vizuális kép ezek közül a funkciók közül melyeket képes ellátni. Látjuk majd, hogy a vizuális kép egyszerű a felhívó szerepben, hogy meglehetősen problematikus a kifejező szerep, s kiegészítő támpontok nélkül teljességgel képtelen arra, hogy a nyelv leíró, állító funkcióját teljesítse.

Gyakran hitetlenkedve fogadják azt az állítást, hogy az állítások nem fordíthatók le képekre, de ez legegyszerűbben úgy igazolható, hogy ha a kételkedőket olyan feladat elé állítjuk, hogy illusztrálják valahogyan azt az állítást, amelyben kételkednek. Nem adható vissza képben az állítás fogalma ugyanúgy, ahogyan a szóról képre való fordítás is lehetetlen. Nemcsak arról van szó, hogy a nyelv absztrakciójának mértéke nem áll rendelkezésre a vizuális közegben: az az elemi iskolás mondat, hogy „A macska a szőnyegen ül” nyilvánvalóan nem absztrakt, nem elvont mondat, s bár lehet, hogy az iskolás olvasókönyvben van is egy kép arról, hogy a macska a szőnyegen ül, rövid töprengés után kiderül, hogy ez a kép nem ekvivalens az állítással. A képen nem tudjuk érzékelteni azt, hogy „a” macskáról (egy egyedről) vagy „egy macskáról” (az osztály egy tagjáról) van szó. Továbbmenve: bár a mondat a kép egyik lehetséges leírása lehet, a képről számtalan szintén igaz állítás tehető, mint pl.: „macska képe hátulról”, vagy éppen „a szőnyegen nincsen elefánt”. Amikor aztán az elemista könyv ilyen mondatokkal folytatja: „A macska a szőnyegen ült”, „A macska a szőnyegen fog ülni”, „A macska ritkán ül a szőnyegen”, „Ha a macska a szőnyegen ül...” és így tovább a végtelenségig, azonnal feltűnik, hogy milyen messze kerültek a szavak a képektől.

Mondjuk azonban ezt a mondatot egy gyereknek, majd mutassuk meg neki a képet, s a kép iránti respektusunk azonnal visszatér. A

mondat nem mozgatja meg a gyereket; a kép viszont szinte ugyanannyira tetszik neki, mint az élő macska. Ha a képet játékmacskával cseréljük fel, a gyerek felkapja a macskát, és akár ágyba is viheti. A játékmacska ugyanazokat a reakciókat váltja ki, mint az élő macska, sőt még erősebbeket is, hiszen a játékmacska kezebb és könnyebben simogatható.

A helyettesítő dolgoknak ezt a viselkedéskiváltó erejét az állati viselkedés kutatói sokat tanulmányozták, és kétségtelen az, hogy a szervezet mintegy „programozva” van arra, hogy bizonyos látott jelzésekre úgy reagáljon, hogy ez a reakció elősegíti a túlélést. Egy ragadozó vagy egy lehetséges szexuális tárgy legdurvább modelljénél csak arra van szükség, hogy néhány különleges ismertetőjellel rendelkezzen, s máris kiváltja a megfelelő viselkedésmintát. S ha ezeket a tulajdonságokat még fel is erősítjük, a helyettesítő (mintajáték) akár hatékonyabb is lehet, mint a természetes inger. Persze, óvatosan kell eljárunk, amikor ezeket az automatizmusokat az emberi reakcióhoz hasonlítjuk, de Konrad Z. Lorenz, az etológia úttörője például feltételezte, hogy a gyermekek számára készült művészi produkciók bizonyos típusai, amelyeket általában „helyesnek” vagy „édesnek” nevezünk (ide tartozik például sok Walt Disney-figura is), szülői érzéseket keltenek bennünk azáltal, hogy szerkezetileg hasonlítanak a csecsemőkhöz.

Akárhogyan is legyen, a vizuális benyomások érzelmek kiváltó erejét már az ókorban is megfigyelték. Horatius mondta ars poeticájában, amikor a színház hatását hasonlította össze a szóbeli elbeszéléssel:

*Csak hallott dolgok nem rázzák így meg a lelkiünk,
Mint az, amit biztos szemmel meglátva a néző
Önmaga érzi.*

(Episztolák II/3. Muraközy Gyula fordítása)

Prédikátorok és tanárok megelőzték a modern hirdetési szakembereket a tekintetben, hogy ők is jól ismerték, milyen hatást gyakorol rájuk a vizuális kép, akár akarjuk ezt, akár nem. A nedvdús gyümölcs, a vonzó meztelen nő, a visszataszító karikatúra, a hajunkat égnek állító horror, mind képesek hatást gyakorolni érzelmeinkre, s magukra vonni figyelmünket. Ez az érzelmekeltő hatás nemcsak jól körülírt képekre korlátozódik. Vonalak és színek konfigurációi szintén befolyásolják érzelmeinket. Csak jól nyitva kell tartanunk a szemünket ahhoz, hogy észrevegyük, hogy a vizuális közegnek ezeket a lehetőségeit hogyan használja ki a világ, kezdve a veszély vörös jelzésétől odáig, hogy egy étterem berendezése kiszámított módon valamilyen „atmoszférát” óhajt sugallni. Ezek a példák is jól mutatják, hogy a vizuális benyomások érzelmekeltő ereje jóval túlmegy e cikk tárgyalási keretein. Amikor kommunikációról beszélünk, rendszeren dolgok közlésére gondolunk, s nem a hangulat befolyásolására.