



média
nyilvánosság
közvélemény

SZÖVEGGYŰJTEMÉNY

szerkesztette
ANGELUSZ RÓBERT
TARDOS RÓBERT
TERESTYÉNI TAMÁS

GONDOLAT

Marshall McLuhan Televízió: a félénk óriás

A tv-kép legismertebb és legpatetikusabb hatása gyermekeink testtartása az alsó osztályokban. A tv megjelenése óta a gyermekek – szemük állapotától függetlenül – átlagosan hat és fél hüvelykre tartják a nyomtatott szöveget. Próbálják átvinni a nyomtatott szövegre a tv mindent átfogó érzékszervi parancsát. Tökéletes pszichomimetikus hozzáértéssel teljesítik a tv-kép utasításait. A szemüket meresztik, kémlelnek, lassítanak, és a mélybe merülnek. Hogy ezt tegyék, arra a képregények hűvös ikonográfiája tanította őket. A tv ezt a folyamatot sokkal tovább vitte. S ezután hirtelenül jött őket a forró nyomtatott médium, annak egyöntetű mintáival és csaknem vonalszerű mozgásával. A nyomtatott szöveget tanácstalanul próbálják mélységben olvasni. A szövegre irányítják minden érzékszervüket, s a nyomtatás visszautasítja azokat. A nyomtatás az izolált és elmélyült vizuális képességet szólítja, nem az egységes érzékelést.

A fejre illeszthető Mackworth-kamera, amikor azt tv-t néző gyerekek viselték, kimutatta, hogy szemük nem az akciókat, hanem a reakciókat követi.

Néhány esztendővel ezelőtt Torontóban, amikor különböző médiumok szimultán műsorára került sor, a tv meglepő előreugrást tett. Egyetemi hallgatók négy, találmányra összegyűjtött csoportjának egyidejűleg ugyanazt az információt továbbították írásbeliséggel nem rendelkező nyelvek szerkezetéről. Az egyik csoport rádión kapta, a másik a tv-ből, ismét másik előadás formájában, egy csoport pedig olvasta. Az olvasó csoport kivételével az információt egyszerű, folyamatos beszéd formájában közölte ugyanaz az előadó. Mindegyik csoportnak fél órája volt az anyag kifejtésére. Ezután mindegyiknek ki kellett töltenie ugyanazokat a kérdőíveket. Ugyancsak meglepetés volt a kísérlet vezetői számára, amikor kiderült, hogy a tv-n és a rádión keresztül továbbított információ segítségével a diákok jobb eredményt értek el, mint azok, akik előadást hallottak vagy olvasták az anyagot – s a tv-s csoport jócskán megelőzte a rádiós csoportot. Mivel az első kísérlet során semmi nem történt, ami hangsúlyozta volna a médiumok speciális vonásait, a kísérletet megismételték más, szintén véletlen jellegű csoportokkal. Ez esetben minden médiumnak megengedték, hogy teljes mértékben használja fel a maga lehetőségeit. A tv és a rádió részére az anyagot dramatizálták, sok vizuális és hanghatást alkalmazva. Az előadás teljes mértékben kihasználta a tábla és a vita előnyeit. A nyomtatott szöveget a tipográfia

ötletes használatával meg olyan tördeléssel tették vonzóbbá, amely jól kiemelte az előadás egyes pontjait. Az eredeti kísérlet megismétlésekor mind a négy médiumot magas fokú intenzitás jellemezte. A tv és a rádió ismét jobb eredményeket mutatott, mint az előadás és a nyomtatott szöveg. A vizsgálatot végző személyek meglepetésére azonban a rádió jelentékenyen megelőzte a televíziót. Hosszú időbe telt, amíg a nyilvánvaló ok megmutatkozott, nevezetesen, hogy a tv hűvös, részt vevő médium. Ha dramatizációval megcsípős megjegyzésekkel forrósítjuk fel a dolgot, kevésbé jól válik be, mert kevesebb lehetőség van a részvételre. A rádió forró médium. Ha növeljük az intenzitást, jobb a teljesítménye. Mert a rádió nem kíván hasonló méretű részvételt a hallgatótól. A rádió szolgálhat úgy, mint háttérzaj vagy zajszintellenőrzés, például mikor az ártatlan tizenéves úgy használja, mint a magányosságba való visszavonulás eszközét. A tv nem felel meg háttérnek. Vele kell lenni. (Ez a megállapítás elterjedt a tv megjelenése óta.)

Nagyon sok dolog nem működik azóta, hogy a tv megérkezett. Nemcsak a mozikat, de a nagy példányszámú magazinokat is nagyon súlyosan érintette ez a médium. Még a képregények is nagyban visszaszorultak. A tv megjelenése előtt sokat foglalkoztak azzal, hogy Johnny miért nem tud olvasni. A tv megjelenése óta Johnny a percepció teljesen új rendszerét sajátította el. Egyáltalán nem az az ember, aki volt. Otto Preminger, az *Anatomy of a Murder* (Egy gyilkos anatómiája) és más nagy sikerű darabok rendezője szerint a filmgyártásban és a filmek nézésében az általános tv-program legelső évétől kezdve nagy változás ment végbe. „1951-ben – írta – harcot indítottam annak érdekében, hogy engedélyezzék a mozikban a *The Moon is Blue* (A Hold kék) bemutatását, azután, hogy a film jóváhagyását megtagadták. Kis harc volt, de megnyertem.” (*Toronto Daily Star*, 1963. október 19.)

Majd így folytatta: „Maga az a tény, hogy a *The Moon is Blue* esetében a »szűz« szót kifogásolták, ma nevetséges, szinte hihetetlen.” Otto Preminger véleménye szerint az amerikai filmek egyre inkább a tv hatása alá kerülnek. A hűvös tv-médium a művészetben és a szórakozásban egyaránt a mélységi struktúrákat segíti elő, s olyan közönséget teremt, amely maga is a mélybe merül. Mivel Gutenberg óta úgyszólván minden technológiánk és szórakozásunk nem hűvös volt, hanem forró, nem mélységi, hanem töredékes, nem a termelőhöz, hanem a fogyasztóhoz igazodó, aligha van egyetlen olyan területe a kialakult viszonylatoknak az otthontól és a templomtól az iskoláig és a piacig, amelyet nem zavart volna meg mélységesen mintájában és szerkezetében a tv.

Azok a pszichikus és szociális zavarok, amelyeket a tv-kép és nem a tv-program vált ki, naponta észrevételekre adnak alkalmat a sajtóban. Raymond Burr, aki Perry Masont játssza, a Helyhatósági Bírák Országos Szövetségének gyűlésén beszélve emlékeztette a bírákat: „Ha a laikusok nem értik meg és nem fogadják el, a törvények, amelyeket önök alkalmaznak, és a bíróságok, amelyeket önök vezetnek, nem maradhatnak fenn tovább.” Amit Mr. Burr nem

említett meg, az az volt, hogy a Perry Mason-program, amelyben ő játssza a főszerepet, tipikusan azok közül a nagyfokú részvételt kívánó tv-élmények közül való, amelyek megváltoztatták a törvényekhez és a bíróságokhoz fűződő viszonyainkat.

A tv-kép semmi közöset nem mutat fel a filmmel vagy a fényképpel, eltekintve attól, hogy formák nem verbális *gestalt*-ját vagy alakzatát nyújtja. A tv esetében a néző a vetítővászon. Fényimpulzusok bombázzák, amelyeket James Joyce úgy hívott, hogy „a fénybrigád töltetei”, amelyek „lelke bőrét tudat alatti sejtésekkel” áztatják. Vizuálisan a tv-kép adatokban szegény. A tv-kép nem *nyugodt* felvétel. Nem fénykép semmiféle értelemben, hanem dolgok szüntelenül formálódó kontúrja, amit a letapogató alkot. A létrejövő plasztikus kontúr a fényen keresztül és nem a fényen jelenik meg, s az így létrejövő kép inkább a szobor vagy az ikon tulajdonságaival rendelkezik, semmint a kép tulajdonságaival. Ez a tv-kép másodpercenként mintegy hárommillió fénypontot nyújt a nézőnek. Ebből a néző minden esetben csak néhány tucatot fogad el, hogy ezekből csinálja meg a képet.

A filmkép másodpercenként sokkal több millió adatot szolgáltat, s a nézőnek nem kell hasonlóan drasztikus redukciót végrehajtania, hogy kialakítsa a benyomását. Ehelyett hajlik a kép egészének befogadására. Ezzel ellentétben a tv-mozaik nézője a kép technikai ellenőrzésével öntudatlanul absztrakt műalkotássá rendezi újra a fénypontokat egy Seurat vagy Rouault módján. Ha valakit megkérdeznének, vajon mindez megváltozna-e, ha a technológia a tv-képet a filmek adatszintjére emelné, arra csak ezzel a kérdéssel lehetne válaszolni: „Megváltoztathatnánk egy karikatúrát oly módon, hogy perspektívával, fényvel és árnyékkal egészítenénk ki?” A felelet az, hogy „igen”, csak hogy akkor már nem lenne karikatúra. Ugyanígy a „megjavított” televízió már nem lenne televízió. A tv-kép ma fényes és sötét helyek mozaikszerű hálózata, ami egy filmfelvétel akkor sem lehet, ha a filmkép minősége nagyon szegény.

Mint minden más mozaiktól, a tv-től is idegen a harmadik dimenzió, de rá lehet vinni. A tv-ben a harmadik dimenzió illúzióját a stúdióban felépített színhely szolgáltatja, de maga a tv-kép lapos, kétdimenziós mozaik. A háromdimenziós illúzió nagy része a filmek és fényképek nézésekor kialakult szokások átvitelén alapszik. Mert a tv-kamerának nincsen olyan beépített látószöge, mint a filmkamerának. Az Eastman Kodaknak most van egy kétdimenziós kamerája, amely megfelel a tv-kamera lapos hatásának. De tanult emberek számára, akik hozzászórtak a határozott szempontokhoz és a háromdimenziós látványhoz, nehéz dolog a kétdimenziós látvány megértése. Ha könnyű lenne, akkor nem lennének nehézségeik az absztrakt művészettel, a General Motors nem rontotta volna el a gépkocsik tervezését, s a magazinoknak nem lennének nehézségeik a cikkek és a hirdetések viszonyát illetően. A tv-kép minden esetben azt kívánja, hogy „zárjuk le” a tereket görcsös részvétellel, amely mélységesen kinetikai és tapintási jellegű, mivel a tapintás inkább az érzékek összjátéka, semmint a bőr és a tárgy közötti izolált érintkezés.

Sok rendező, amikor a tv-t szembe akarja állítani a filmmel, úgy említi a tv-képet, mint amely „hiányosan definiált” abban az értelemben, hogy kevés részletet és az információ alacsony fokát nyújtja, nagyon hasonlóan a karikatúrához. Egy közletről készült tv-felvétel csak annyi információt nyújt, mint egy nagyméretű felvétel kis szakasza a filmvászonon. Mivel a tv-képnek ezt a központos vonását nem vették észre, a műsortartalom „kritikusai” értelmetlenségeket mondtak a „tv-erőszak”-ról. A cenzori nézetek szószólói tipikusan félművelt, könyvorientációjú egyének, akiknek sejtelmük sincs az újságok, a rádió vagy a tv legegyszerűbb elemeiről sem, és ferdén néznek minden nem könyv jellegű médiumra. Ezeket az embereket pánikba és bizonytalanságba ejti a legegyszerűbb kérdés bármely pszichikus aspektusra vonatkozóan, akár a könyvek tekintetében is. Egyetlen elszigetelt attitűd kivetítésének hevesességét összetévesztik az erkölcsi éberséggel. Ha ezek a cenzorok egyszer rájönnek arra, hogy minden esetben a „médium” az üzenet vagy a hatás alapvető formája, akkor egyszeriben a médiumok elnyomása felé fordulnának, ahelyett hogy a „tartalom” ellenőrzését keresnék. Azt a mai feltevést, hogy a tartalom vagy a műsor befolyásolja a szemléletmódot és a cselekvést, a könyvmédiumból vonták le, amelynek esetében határozott szakadék van a forma és a tartalom között.

Nem furcsa, hogy a tv-nek nyomban ugyanolyan forradalmi médiumnak kellett lennie Amerikában az 1950-es években, mint a rádióknak Európában az 1930-as években? A rádió, amely újjáélesztette az európai szellem törzsi és rokoni szövődéseit, az 1920-as és 1930-as években nem fejtett ki ilyen hatást Angliában vagy Amerikában. Ott ugyanis a törzsi kötelékeknek írásbeliség és ipari terjeszkedés útján végbement eróziója olyan messzire ment, hogy a rádió nem váltott ki semmiféle megjegyzésre érdemes törzsi reakciót. De a tv tíz esztendeje europaizálta még az Egyesült Államokat is, ezt tanúsítják ennek az országnak megváltozott érzései a térrel és a személyes viszonyokkal szemben. Új érzékenység jelent meg a tánc, a plasztikus művészetek, az építészet, a kis autók iránti igény, az olcsó fűzött könyvek, a szoborszerű frizurák és a mintás ruhák vonatkozásában – nem is szólva a konyha és a borok fogyasztása tekintetében bekövetkezett komplex hatásokról. Ennek ellenére félrevezető dolog lenne azt mondani, hogy a tv törzsi állapotba viszi vissza Angliát és Amerikát. A rádió hatása a visszhangzó beszéd és az emlékezet világára hisztérikus volt. De a tv egészen biztosan sebezhetőbbé tette Angliát és Amerikát a rádió számára, míg korábban jelentős immunitással bírtak. Akár jó ez, akár rossz, a tv egységesítő szinesztéziás hatást fejtett ki ezeknek az intenzíven írásbeli népeknek az életére, olyat, amiben századok óta nem volt részük. Okos dolog, ha tartózkodunk minden értékítéllettől, amikor e médiumok kérdéseit tanulmányozzuk, mivel a hatásaikat nem lehet izolálni.

A szinesztézia vagy egyesített érzéki és képzeleti élet hosszú időn át elérhetetlen álma volt a nyugati költőknek, festőknek és általában művészeknek. Szomorúan és megdöbbenően szemlélték a művelt nyugati ember

töredékes és elszegényedett képzeletvilágát a 18. században és később. Ez volt Blake és Pater, Yeats és D. H. Lawrence és sok más kimagasló szerző üzenete. Ők nem készültek arra, hogy az álmaikat a hétköznapi életben a rádió és a televízió esztétikai akciója valósítja majd meg. De központi idegrendszerünknek ezek a tömör kiterjesztései a nyugati embert a színesztézia napi élményébe vonták be. A nyugati életforma, amely századokat élt meg az érzékek szétválasztása és specializálódása óta, képtelen ellenállni a rádió- és tv-hullámoknak, amelyek körülmoszák az absztrakt Individuális Ember nagy vizuális struktúráját. Azok, akik politikai motívumok hatására szeretnék hozzáadni a maguk erejét elektromos technológiánk antiindividualista tevékenységéhez, aprócska, nem tudatos automaták, akik az uralkodó elektromos kényszer mintáit majmolják. Egy évszázaddal ezelőtt hasonló alvajáró módon a másik irányba tekintettek volna. A német romantika költői és filozófusai törzsi kórusban énekeltek a sötét tudattalanhoz való visszatérésről egy évszázaddal a rádió megjelenése előtt, s Hitler ugyancsak megnehezítette a visszatérés elkerülését. Mit gondoljunk azokról az emberekről, akik vissza akarnak térni az írásbeliség előtti módszerekhez, amikor sejtelmük sincs arról, hogy a civilizált vizuális módszer hogyan váltotta fel egykor az auditív törzsi mágiát?

Napjainkban, amikor az amerikaiak új szenvedélyeket fedeznek fel a műkedvelő bűvárkodás és a szűk terű kisautók iránt, hála a tv-kép fékezhetetlen tapintási ösztönzésének, ugyanaz a kép sok angol embernek a törzsi különlegesség faji érzését sugallja. Míg a magas műveltségű nyugatiak mindig idealizálták a fajok integrációjának feltételeit, írásbeli kultúrájuk volt az, amelyik lehetetlenné tette a fajok közötti valóságos egyformaságot. Az írásbeli ember természetesen az emberi különbségek problémáinak vizuális megoldásáról álmodik. A 19. század végén ez az álom hasonló ruhát és nevelést javasolt mind a férfinak, mind a nőnek. A nemek integrálását célzó program kudarcra szolgáltatta a témát az irodalom és a pszichoanalízis jelentős részének a 20. században. A vizuális egyformaság alapján véghez vitt faji integráció az írástudó ember azonos kulturális stratégiájának kiterjesztése, azé az emberé, aki számára a különbség mindig kiirtást igényel, mind a nem, mind a faj, mind az idő, mind a tér tekintetében. Az elektronikus ember, aki egyre mélyebben bonyolódik bele az emberi feltételek aktuális kérdéseibe, nem fogadhatja el az írásbeliség kulturális stratégiáját. A néger éppen olyan határozottan elveti a vizuális egyformaságot, ahogy korábban a nők tették, és ugyanazon okból. A nők úgy találták, hogy megfosztották őket megkülönböztető szerepüktől, és a férfiak világának töredékes polgáraivá tették őket. A problémáknak az egyformaság és a szociális homogenizáció fogalmaiban való megközelítése a mechanika és ipari technológia végső kényszere. Anélkül, hogy moralizálni akarnánk, elmondhatjuk, hogy az elektromos korszak, amely mélységesen összekapcsolja az egyik embert a másikkal, vissza fogja utasítani az ilyen mechanikus megoldásokat. Nehezebb dolog egyediséget

és különbözőséget hozni létre, mint a tömegnevelés uniformizált mintáit vinni rá a társadalomra. De van olyan egyediség és különbözőség, amelyet az elektromos feltételek között úgy lehet erősíteni, ahogyan azelőtt soha.

Átmenetileg a világ minden írásbeliség előtti szinten álló csoportja érezni kezdte azokat a kitörő és agresszív energiákat, amelyeket az új írásbeliség és mechanizáció nekilendülése szabadított fel. Ezek a kitörések éppen akkor következtek be, amikor az új elektromos technológia összekapcsol bennünket, hogy globális méretekben osztozzunk azokban.

Különböző okok következtében igen nehéz megragadni a tv-nek a hatását, amely központi idegrendszerünk legújabb és leglátványosabb kiterjesztése. Mivel életünk egészét érintette – a személyi, a társadalmi és a politikai aspektust –, nagyon irreális lenne, ha e befolyás „rendszeres” vagy vizuális bemutatásával próbálkoznánk. Ehelyett sokkal megvalósíthatóbb a tv-t úgy „mutatni be”, mint találomra összegyűjtött adatok komplex *gestalt*ját.

A tv-kép alacsony intenzitású vagy definíciójú, s ezért ellentétben a filmmel, nem nyújt részletes információt a tárgyról. A különbség hasonló ahhoz, ami a régi kéziratok meg a nyomtatott szövegek között áll fenn. A nyomtatás intenzitást és egyöntetű pontosságot eredményezett, míg korábban diffúz szerkezet érvényesült. A nyomtatás hozta be az egzakt mérhetőség és ismételhetőség iránti érzéket, amit ma a tudománnyal és a matematikával hozunk kapcsolatba.

A tv-rendezők hangoztatják, hogy a beszédnek a televízióban nem kell olyan gondos pontosságúnak lennie, mint a színházban. A tv-színésznek nem kell kivetítenie sem a hangját, sem önmagát. Továbbá a tv-alakítás hallatlanul intim annak következtében, hogy a néző sajátos módon bekapcsolódik a tv-kép elkészítésébe vagy „lezárásá”-ba. Így azután a színésznek magas fokú spontán alkalmiságot kell megvalósítania, amely érdektelen lenne a filmben, és elveszne a színpadon. Mert a közönség ugyanolyan teljességgel vesz részt a tv-színész belső életében, mint a mozisztárnak a külső életében. Technikailag a tv egyre inkább premier plán médium. A premier plán, amit a film megdöbbenésre használ, a tv-ben egészen közönséges dolog. S míg egy akkora fénykép, mint a tv képernyője, egy tucatarcot megfelelő részletességgel mutatna, addig egy tucatarc a tv-képernyőn csak egy folt lenne.

Az a sajátos jelleg, amely a tv-kép és a színész viszonyát jellemzi, az oka annak az ismert reakciónknak, hogy a való életben képtelenek vagyunk felismerni egy olyan személyt, akit hetenként látunk a tv-ben. Nem mindenki olyan talpraesett közülünk, mint az az óvónő, aki ezt mondta Garry Moore-nak: „Hogy szabadult meg a tv-től?” Bemondók és színészek egyaránt arról számolnak be, milyen gyakran közelednek hozzájuk emberek, akik úgy érzik, hogy előzőleg már találkoztak velük. Egy interjúban Joanne Woodwardot megkérdezték, mi a különbség a között, hogy valaki filmsztár, és a között, hogy tv-színésznő. Így válaszolt: „Amikor filmekben játszottam, ezt hallottam az emberektől: »Ott megy Joanne Woodward.« Ma azt mondják: »Ott megy valaki, akit azt hiszem, ismerem.«”

Egy hollywoodi hotel tulajdonosa, aki olyan negyedben él, ahol sok mozisztár és tv-színész lakik, arról számolt be, hogy a turisták érdeklődése a tv-sztárok felé fordult. Mi több, a legtöbb tv-sztár férfi, azaz „hűvös jellem”, míg a legtöbb filmsztár nő, tehát úgy ábrázolható, mint „forró jellem”. A férfi és női sztárok az egész sztárrendszerrel együtt szerényebb státuszt töltenek be a tv megjelenése óta. A film forró, magasan definiált médium. A hoteltulajdonos legérdekesebb megfigyelése az volt, hogy a turisták Perry Masont és Wyatt Earpot akarták látni. Nem Raymond Burr-ra és Hugh O'Brianra voltak kíváncsiak. A régi, filmkedvelő turisták kedvenceiket úgy akarták látni, amilyenek a *valóságos* életben voltak, nem ahogyan a filmszerepeikben mutatkoztak. A hűvös tv-médium kedvelői sztárjaikat a *szerepeikben* akarják látni, míg a filmkedvelők a *valóságos dolgot* akarják.

Az attitűd hasonló megfordulása ment végbe a nyomtatott könyv esetében. Kevés érdeklődés mutatkozott a szerzők élete iránt a kézírásos művek idején. Napjainkban az újságokban megjelenő képregény közel áll a kifejezés fametszetes és kézírásos formájához. Watt Kelly *Pogója* nagyon hasonlít egy gótikus kódexlapra. De a képregények iránti nagy közönségérdeklődés ellenére kevés kíváncsiság övezi az ilyen művészek magánéletét, éppen úgy, mint a népszerű dalírók magánéletét. A nyomtatással a magánélet az olvasók legfőbb témája lett. A nyomtatott szöveg forró médium. Ugyanúgy a közönségre vetíti a szerzőt, mint a film. A kézirat hűvös médium, amely nem vetíti ki a szerzőt, hanem magához vonja az olvasót. Így van ez a tv-vel is. A néző bekapcsolódik és részt vesz. Ily módon a tv-sztár szerepe lebilincselőbb, mint a magánélete. Így történhet meg, hogy a tömegközlekedési eszközök kutatója, a pszichiáterhez hasonlóan, több adatot nyer a megkérdezettektől, mint amennyit azok maguk észleltek. Mindenki sokkal több élményben részesül, mint amennyit megért. És sokkal inkább az élmény, semmint a megértés az, amely a viselkedést befolyásolja, különösen a közlési eszközök és a technológia dolgaiban, ahol az egyén szinte elkerülhetetlenül nincs tudatában annak, hogy azok milyen hatással vannak rá.

Egyesek talán ellentmondást látnak abban, hogy egy olyan hűvös médium, mint a tv, sokkal sűrítettebb és tömörebb, mint egy olyan forró médium, amilyen a film. De jól tudjuk, hogy egy félpercnyi televíziós adás hárompercnyi színdarabbal vagy zenés bohózzal egyenértékű. Ugyanaz áll a kézírásra is, szemben a nyomtatott szöveggel. A „hűvös” kézírás sűrített formájú, aforizmaszerű, és allegorikus megállapításokra törekedett. A „forró” nyomtatott médium a kifejezést az egyszerűsítés és a jelentések „kimondása” felé terjesztette ki. A nyomtatás a sűrített írást felgyorsította, és egyszerűbb töredékekbe „terjesztette” ki.

Egy hűvös médium, akár a kimondott szó, a kézzel írt anyagok vagy a tv, sokkal több tennivalót ad a hallgatónak vagy a használónak, mint egy forró médium. Ha a médium erősen definiált, a részvétel alacsony. Ha a médium alacsony intenzitású, a részvétel magas. Talán ez az oka annak, hogy a szerelmesek úgy gügyögnek.

Állítólag egy nigériai, miután megnézett egy tv-western, élvezettel ezt mondta: „Nem tudtam, hogy maguk itt Nyugton ilyen kevésre becsülik az életet.” Ezt a megjegyzést ellensúlyozza az a mód, ahogy gyermekeink viselkednek, amikor tv-westernt néznek. Ha ellátjuk őket az új, kísérleti, fejre illeszthető kamerával, amely követi a szemmozgásokat, miközben a képet nézik, kiderül, hogy a gyerekek a tv-színész arcán tartják a szemüket. Még a fizikai erőszak idején is tekintetüket az *arcreakciókra* összpontosítják, s nem a kitörő *akciókra*. Pisztolyt, kést, öklöt és minden egyebet figyelmen kívül hagynak az arckifejezés kedvéért. A tv nem annyira az akció, mint inkább a reakció médiuma.

Az a tény, hogy a tv-médium olyan témákat kíván, amelyek folyamatokkal és komplex reakciókkal kapcsolatosak, tette lehetővé, hogy a dokumentumjellegű filmek kerüljenek előtérbe. A film fölényesen tudja kezelni a folyamatot, de a mozinéző inkább az akció passzív fogyasztására van kárhoztatva, semmint a reakcióban való részvételre. A filmwestern, ugyanúgy mint a filmdokumentum, mindig alacsony forma volt. A tv megjelenésével a western új jelentőséget kapott, mivel témája mindig ez: „csináljunk egy várost”. A közönség részt vesz abban, ahogy sovány és nem sokat ígérő alkotórészekből kialakul és létrejön egy közösség. S mi több, a tv-kép kedveli a vadnyugati nyergek, ruhák, bőrök, fából összerótt hitvány ivók és hotelporták változatos és nyers együttesét. Ezzel szemben a filmkamera az éjszakai mulatók sima, csillogó világában és a nagyváros luxust árasztó helyein van otthon. S mi több, a különbség abban a tekintetben, hogy mi iránt mutattak a filmkamerák előszeretettel a húszas–harmincas években, s a tv-kamerák az ötvenes és hatvanas években, nos ez a különbség eljutott az egész lakossághoz. Tíz év után az új amerikai ízlés ruházatban, étkezésben, lakásban, szórakozásban és járműben e formák viszonyának azt az új alakzatát, azt a „csináld magad” mentalitást fejezi ki, amit a tv-kép erősített meg.

Nem véletlen, hogy olyan nagy filmsztárok, mint Rita Hayworth, Liz Taylor és Marilyn Monroe, az új tv-korszakban válságos vizekre jutottak. Olyan korszakba rohantak bele, amely kérdésessé tette a tv előtti fogyasztás minden, „forró” médiumbeli értékét. A tv-kép kétségbe vonja a hírnév értékét éppen úgy, mint a fogyasztói javak értékét. „Számomra a hírnév”, mondta Marilyn Monroe – egész biztosan csak időleges és részleges boldogság. A hírnév nem napi táplálék, nem olyasmi, ami kielégíti az embert. Ha az ember híres, minden gyengeségét eltúlozzák. Az iparnak úgy kellene viselkednie a sztárjaival szemben, mint annak az anyának, akinek a gyereke éppen most futott ki egy autó elől. De ahelyett, hogy magukhoz szorítanák a gyermeket, büntetni kezdik.

A filmközösséggel elbánt a tv, s ez a közösség most mindenkit szidalalmaz rémült ingerültségében. A nagy filmbáb fentebbi szavai, aki feleségül ment Mr. Bascballhoz és Mr. Broadwayhoz, bizonyára igen jelentősek. Ha Amerika sok gazdag és jelentős alakját nyilvánosan megkérdéznék, mi a pénz-

nek és a sikernek mint a boldogság és emberi jólét eszközének abszolút értéke, nem szolgálhatnának megrendítőbb precedenssel Marilyn Monroenál. Csaknem ötven esztendőn keresztül Hollywood a „bukott nőt” úgy állította be, mint mindennek a tetejét és velejét. S váratlanul a szerelmi istennő szörnyű kiáltást hallat, azt sikoltja, hogy embereket enni rossz, s elitélően nyilatkozik az egész életformáról. Ez pontosan a külvárosi beatnikék módszere. E beatnikék visszautasítanak egy töredékes és specializált fogyasztói életet valamiért, ami alázatos bekapcsolódást és mélységes elkötelezettséget kínál. Ugyanaz a mód ez, amely újabban a lányokat elfordította a szakemberkarriertől a korai házasság és a nagy család felé.

A mélyreható részvétel utáni hasonló vonzódás váltott ki a fiatalokban erős hajlandóságot a jelentős mértékben liturgikus felhangú vallási élményre is. A rádió- és tv-korszak liturgikus újjáéledése még a legzordabb protestáns szektát sem hagyja érintetlenül. Kóruséneklés és gazdagon díszített öltözék jelent meg mindenfelé. Az ökumenikus mozgalom szinonim az elektromos technológiával.

Ugyanúgy, ahogy a tv, ez a mozaikháló, a művészetben nem segíti elő a perspektívát, nem segíti az életben sem a linearitást.

A tv megjelenésével véget ért az egy tömbbel történő szavazás a politikában. Ez az elkülönülés és szétforgácsolódás olyan formája volt, amely a tv megjelenése óta nem működik. Szavazóblokk helyett itt van az ikon, a mindent magában foglaló kép. Politikai álláspont vagy platform helyett pedig itt van a politikai testtartás vagy póz. A termék helyett a folyamat. Az új és gyors növekedés folyamatában a körvonalak elhomályosulnak. A tv-kép rendelkezik a homályos körvonalak fölényével, s ez maga is kiváltója egy új „lezárásnak” vagy befejezésnek, különösen egy olyan fogyasztói kultúrában, amely hosszú időn át az éles körvonalú, a többi vizuális értéktől elkülönített vizuális értékekkel volt kapcsolatban. Oly nagy a változás az amerikai életben annak következtében, hogy elveszett a lojalitás a fogyasztói csomagolással szemben a szórakoztatásban és a kereskedelemben, hogy minden vállalkozás a Madison Avenue-től és a General Motorstól Hollywoodig és a General Foodsig alapvetően megrendült, és arra kényszerült, hogy új cselekvési stratégiákat keressen. Amit az elektromos kitérülés és összehúzódnás személyek és nemzetek között okozott, azt teszi a tv-kép a személyekben és az érzékszervekben.

Ezt az érzéki forradalmat nem nehéz megmagyarázni a festőknek és a szobrászoknak, mert amióta Cézanne a festészetben lemondott a forma illúziójáról a szerkezet javára, mindig arra törekedtek, hogy éppen azt a változást vigyék végbe, amit a tv most fantasztikus méretekben valósított meg. A tv az eszköz és az élet Bauhaus-programja, vagy a Montessori-féle nevelési stratégia, amelyik totális technikai kiterjesztést és kommerciális támogatást kapott. A művészi stratégia agresszív törekvése arra, hogy a nyugati embert újraalkossa, a tv-n keresztül vulgáris terjeszkedéssé és nyomasztó proccolássá lett az amerikai életben.

Nem lehet eltúlozni azt, hogy ez a kép milyen mértékben hozta közel Amerikát az európai érzékelésmódhoz és érzékenységhez. Amerika ma

éppen olyan dühödten europaizálódik, mint ahogyan Európa amerikanizálódik. Európa a második világháború idején sokat kifejlesztett abból az ipari technológiából, amire tömegfogyasztása első szakaszában szüksége volt. Másfelől viszont az első világháború volt az, amely felkészítette Amerikát ugyanerre a fogyasztási fellendülésre. Az elektromos robbanásra volt szükség ahhoz, hogy feloldja egy szétforgácsolt Európa különbségeit, s megtegye azt, amit Amerikában az ipari robbanás végzett el. Az ipari robbanás, amely az írásbeliség és az ipar töredékes expanzióját kíséri, kevés egysegítő hatást tudott kifejteni a sok nyelvű és sok kultúrájú európai világban. A napóleoni nekilendülés az új műveltség és a korai iparosodás kombinált erejét hasznosította. De Napóleonnak még annál kevésbé homogén anyaggal kellett dolgoznia, mint amilyennel az oroszoknak manapság. A művelődési folyamat homogenizáló ereje 1800 táján Amerikában messzebbre ment, mint Európában bármikor. Amerika kezdettől fogva nevelési rendszerének, ipari és politikai életének lényegévé tette a nyomtatási technológiát. Ennek jutalma a szabványosodott dolgozók és fogyasztók példátlan tömege lett, olyan, amivel azelőtt egyetlen kultúra sem rendelkezett. Hogy kultúrtörténeink megfeleltek a tipográfia homogenizáló hatalmáról és a homogénné vált lakosság ellenállhatatlan erejéről, az nem válik a becsületükre. A politikával foglalkozó tudósok soha sehol nem voltak tudatában a tömegkommunikációs eszközök hatásának egyszerűen azért, mert senki sem hajlandó ezek személyes és társadalmi hatásait tanulmányozni, függetlenül tartalmuktól.

Amerika hosszú idővel ezelőtt megvalósította a maga Közös Piacát azáltal, hogy társadalmi szervezetét mechanikai és műveltségi téren homogénné tette. Európa most ér el egységet a nyomás és a kölcsönös kapcsolatok elektromos jegyében. Hogy műveltség útján mennyi homogenizációra van szükség ahhoz, hogy effektív termelő-fogyasztó csoportot lehessen létrehozni a posztmechanikus korszakban, az automatizáció korában, azt soha senki sem kérdezte. Mert soha nem ismerték fel teljesen, hogy a műveltség szerepe az ipari gazdaság kialakításában alapvető és döntő. A műveltség minden időben és helyen nélkülözhetetlenül szükséges ahhoz, hogy az árrendszerek és piacok működésképesek legyenek. Erről a tényezőről nem vettek tudomást éppen úgy, ahogy ma a tv-ről sem vesznek tudomást, pedig a tv számos olyan hajlamot segít elő, amely ellentétben áll a műveltségbeli egyöntetűséggel és ismétlődéssel. Ez ösztönzi az amerikaiakat arra, hogy legendás történelmük mindenféle furcsa és visszamaradt tárgyát keressék. Sok amerikai ma fáradságot és költséget nem kímél, csak hogy megkóstolhasson egy újfajta bort vagy ételt. Az egyöntetűnek és az ismételhetőnek most át kell adnia a helyét az egyedien fonáknak; olyan tény ez, amely növekvő kétségbeesést és zavart okoz az egész szabványosított gazdaságnak.

A tv-mozaiknak az a hatalma, hogy a „tartalomtól” függetlenül az amerikai ártatlanságot mélységes kifinomultsággá alakítsa át, nem titokzatos, ha közvetlenül vesszük szemügyre. Ez a mozaikszerű tv-kép már sejtette kör-

vonalaait a népszerű sajtóban, abban, amelyik a távíróval nőtt fel. A távíró kommerciális használata Amerikában 1844-ben kezdődött, Angliában korábban. Az elektromos elv és annak számos velejárója nagy figyelmet kapott Shelley költészetében. A művészi szemmérték ezekben a dolgokban rendszerint megelőzi a tudományt és a technológiáit egy teljes nemzedékkel vagy még többel. Hogy mi az értelme a távírómozaiknak abban a formában, ahogyan az újságokban megnyilvánul, az nem kerülte el Edgar Allan Poe figyelmét. Felhasználta arra, hogy két meglepően új találmányt alakítson ki: a szimbolista verset és a detektívtörténetet. Mindkét forma „csináld magad” jellegű részvételt követel az olvasótól. Azáltal, hogy nem teljes képet vagy folyamatot nyújtott, Poe bevonta olvasóját az alkotó folyamatba oly módon, hogy azt Baudelaire, Valéry, T. S. Eliot és sok más szerző csodálta és követte. Poe úgy ragadta meg az elektromos dinamikát, mint az alkotásban való nyilvános részvétel egyik formáját. Ennek ellenére a homogenizált fogyasztó még ma is panaszkodik, ha arra kéri: vegyen részt egy absztrakt vers vagy festmény, vagy bármiféle struktúra megalkotásában vagy befejezésében. De Poe már akkor tudta, hogy a mélységbeli részvétel egyenesen következik a távírómozaikból. A lineárisabb és betűkben gondolkozó irodalmi brahminok ezt képtelenek voltak meglátni. Még ma is képtelenek. Nem akarnak részt venni az alkotó folyamatban. Hozzászórtak a teljes csomaghoz prózában és versben és a plasztikus művészetekben. S ezeknek az embereknek kell szembenézniük az ország valamennyi tantermében a diákokkal, akik a szimbolista és mitikus struktúrák tapintható, nem piktorialis módjához szoktak a tv-kép jóvoltából.

A *Life* című képeslap 1962. augusztus 10-én arról írt, hogy „nagyon sok 10–14 éves korú fiatal túl hamar és túl gyorsan nő fel”. Nem tettek észrevételt azzal kapcsolatban, hogy a növekedés hasonló gyorsasága és a koraérettség volt mindig a normális a törzsi kultúrákban és a nem írásbeli társadalmakban. Anglia és Amerika elősegítette az elnyújtott serdülőkör kialakulását azáltal, hogy tagadta a tapintási részvételt, vagyis a szexet. Ebben nem volt tudatos stratégia, inkább általános elfogadása azon tény következményeinek, hogy az elsődleges hangsúlyt a nyomtatott szóra és a vizuális értékekre helyezték, mint a személyi és társadalmi élet szervezésének eszközeire. Ez a hangsúly az ipari termelés és a politikai konformitás győzelmére vezetett, s önmaga elégséges igazolásául szolgált.

A tiszteletreméltóság, vagyis az a képesség, hogy az egyén az életet vizuális felügyelet alatt tudja tartani, uralkodóvá lett. Egyetlen európai ország sem adott a nyomtatásnak ilyen elsőbbséget. Vizuálisan Európa mindig satnya volt az amerikaiak szemében. Másfelől viszont az amerikai nők, akik sohasem voltak egyenlők semmiféle vizuális kultúrában, mindig absztrakt, mechanikus babáknak tűntek az európaiak számára. A tapintás a legfőbb érték az európai életben. Ez az oka annak, hogy a kontinensen nincsen serdülés, csak ugrás van a gyermekkorból a felnőttmódszerekhez. Ilyen az amerikai helyzet is

a tv megjelenése óta, s a serdülés megszűnésének ez az állapota folytatódni fog. Az a befelé tekintő élet, amelynek hosszú-hosszú gondolatai és távoli céljai vannak, amelyek követéséhez szibériai típusú vasútvonalak kellene, nem fér össze a tv-kép mozaikszerű formájával, amely közvetlen *mélyléségi* részvételt parancsol, és nem tűr halasztást. E kép parancsai annyira eltérőek s mégis következetesek, hogy pusztá említésük annyi, mint az elmúlt évtized fejlődésének leírása.

A fűzött könyv (paperback) jelensége, a könyv eme „hűvös” formája állhat a tv-parancsok jegyzékének az élén, mert a könyvkultúra valami mássá való átalakítása nyilvánul meg ezen a ponton. Az európaiaknak kezdettől fogva voltak fűzött könyveik. Az automobil megjelenése óta előnyben részesítették a kis kocsik nyújtotta körbeburkolt teret. A könyv, a ház, az autó „elkerített tere” sohasem érdekelte őket. A fűzött könyvvel, különösen annak intellektuális formájában, megpróbálkoztak Amerikában az 1920-as, majd a harmincas és negyvenes években. Azonban csak 1953-ban lett egyszerre elfogadott. Egyetlen kiadó sem tudja igazán, hogy miért. Nem csak arról van szó, hogy a fűzött könyv inkább tapintható, mint a vizuális csomagolás; mély dolgokkal ugyanolyan könnyedén foglalkozhat, mint felületekkel. A tv megjelenése óta az amerikaiak elvesztették ártatlanságukat és gátlásaikat a mélykultúrával szemben. A fűzött könyv olvasása felfedezte, hogy élvezheti Arisztotelészt vagy Konfuciust, egyszerűen csak le kell lassítania. A művelt ember régi szokását, hogy egyforma nyomtatott sorok mentén vágat előre, hirtelen kiszorította a mélyléségi olvasás. A mélyléségi olvasás persze nem alkalmas a nyomtatott szóra. A szavak és a nyelv mélyléségi fürkészése inkább az orális és kézírásos kultúrák természetes vonása, semmint a nyomtatásé. Az európaiak mindig érezték, hogy az angolok és az amerikaiak kultúrájából hiányzik a mélyléség. A rádió, s különösen a tv megjelenése óta az angol és az amerikai irodalomkritikusok mélyléségben és finomságban bármilyen európai teljesítményt felülmúltak. A beatnik, aki a Zen után nyúl, csak a tv-mozaik parancsát viszi át a szavak és percepciók világába. Maga a fűzött könyv is hatalmas, mozaikszerű mélyléségi világ lett, amely kifejezi az amerikaiak megváltozott érzéki életét, akik számára a mélyléségi élmény a szavak esetében, akár a fizikában, elfogadhatóvá lett, sőt kifejezetten keresik azt.

Hogy hol kezdjük az amerikai attitűdöknek a tv megjelenése óta végbement átalakulásának a vizsgálatát, az teljesen önkényes. Jól látható ez egy olyan nagy és hirtelen változáson, amilyen a baseball hanyatlása. A Brooklyn Dodgerek átköltöztetése Los Angelesbe önmagában véve is nagy horderejű dolog volt. A baseball a Nyugatot olyan kísérletbe vitte bele, amely arra irányult, hogy megtartsa a közönséget a tv okozta megrendülés után. A baseballjáték jellegzetes módja az, hogy egy időben egy dolog történik benne. Lineáris, kiterjedt játék, amely a golfhoz hasonlóan tökéletesen alkalmazkodik egy individualista és befelé irányuló társadalom szemléletéhez. Az időzítés és a várakozás a lényege, mikor is az egész mezőny izgatottan várakozik egyetlen játékos teljesítményére. Ezzel ellentétben a labdarúgás, a kosárlabda és

a jégheki olyan játékok, amelyekben szimultán fordulnak elő események, s ezekben az egész csapat egyidejűleg vesz részt. A tv megjelenésével az egyéni teljesítmény olyan izolációja, ami a baseballban fordul elő, elfogadhatatlan lett. A baseball utáni érdeklődés hanyatlott, sztárjai pedig a filmsztárokhoz hasonlóan úgy találták, hogy a hírnévnek vannak rendkívül nyomasztó dimenziói is. A baseball, a filmekhez hasonlóan, forró médium volt, amely az egyéni virtuozitást és a sztárteljesítményt emelte ki. Az igazi drukker statisztikai információk tárháza; ezek az információk számos korábbi játék kirobbanó lövéseivel és kapu elleni támadásaival kapcsolatosak. Semmi sem mutathatná jobban ezt a sajátos kielégülést, amit egy olyan játék nyújtott, amely az ipari nagyvároshoz tartozott, ahhoz a nagyvároshoz, amelynek népessége, részvényei és kötvényei, termelési és eladási rekordjai szüntelen robbanásban voltak. A baseball a forró sajtó- és filmmédium első felledülésének korához tartozott. Örök szimbóluma marad a tüzes babák, belevaló csajok, a nagymenők, vampok és démonok korának. Röviden szólva, a baseball forró játék, ami lehűlt az új tv-klimában, éppen úgy, ahogy lehűlt az előző évtized legtöbb forró politikusa és forró témája.

Napjainkban nincs hűvösebb médium vagy forróbb téma, mint a kiskocsi. Hasonlít egy hifiáramkör rosszul bekötött hangszórójához, amely erősen torzítja a mély hangokat. A kis európai kocsi, hasonlóan az európai fűzött könyvhöz és az európai női szépséghez, nem volt vizuális csomagolási munka. Vizuálisan az európai autók egész garmadája olyan szegényes dolog, hogy nyilvánvaló: akik csinálták, sohasem gondoltak rá úgy, mint amire rá lehet nézni. Az európai autók olyasvalamik, amiket fel lehet venni, akár egy nadrágot vagy egy pulóvert. Olyan típusú térrel rendelkeznek, amelyet az amatőr bűvárok, a vízisíelőök vagy a dingivitorlázók keresnek. Közvetlen tapintási értelemben ez az új tér rokon azzal, amit a képlak (picture window) hóbortja nyújt. Mint „látványnak”, a képlaknak sohasem volt semmi értelme. De mint kísérletnek arra, hogy az ajtón kívül egy új dimenziót fedezzünk fel azáltal, hogy úgy teszünk, mintha aranyhalak lennénk, a képlaknak van értelme. Ugyanúgy van értelme annak a fanatikus erőfeszítésnek, amely a belső falakat és elrendezéseket olyan érdekesé akarja tenni, mintha azok a ház külső oldalai lennének. Pontosan ez az impulzus viszi ki a belső tereket és bútorokat a fedett udvarokba, megkísérelve a külső teret úgy élni át, mint a belsőt. A tv-néző pontosan ebben a szerepben van szüntelenül. Ő egy tengeralattjáró. Atomok bombázzák, amelyek véget nem érő kaland során, homályos képek és rejtélyes kontúrok közepette úgy tárják fel a külsőt, mintha az belső lenne.

Az amerikai autó formáját a tipográfia és a moziképek vizuális parancsával összhangban alakították ki. Az amerikai autó zárt tér volt, nem tapintható tér. A zárt tér pedig – mint azt a nyomtatásról szóló fejezetben láttuk – olyan, amelyben minden tértulajdonság vizuális fogalmakra redukálódik. Így az amerikai autóban, miként azt egy francia jegyezte meg egy évtizeddel ezelőtt, „az ember nem az úton van, az ember az autóban van”. Ezzel szem-

ben az európai autó az embert valósággal végig akarja vonszolni az úton, s a kocsis alsó része tekintélyes rezgést szolgáltat. Újsághír lett belőle, amikor kiderült, hogy Brigitte Bardot mezítláb szeret vezetni, hogy maximálisan érezze a rezgést. Még az angol autók is, bármilyen gyenge a vizuális megjelenésük, elég bűnösök voltak – európai szempontból – ahhoz, hogy így hirdessék őket: „hatvan mérföld óránkénti sebességnél csak az óra ketyegését hallani”. Ez bizony nagyon szegényes hirdetés lenne egy tv-nemzedék számára, amelynek mindennel együtt kell lennie, s amelynek fel kell ásnia a dolgokat, hogy eljusson hozzájuk. A tv-néző annyira vágyik gazdag tapintási hatásokra, hogy megeshetne, hogy vissza akar térni a síhez. A keréknek az ő számára nincs meg a szükséges dörzsölődése.

Az első tv-évtized ruhái ugyanazt a történetet ismétlik, amit a járművek. A forradalmat a bokán felül érő, hosszú zoknit viselő lányok harangozták be, akik a vizuális effektusok egész rakományát szemétre vetették egy maréknyi tapintható effektusért, de ezek annyira szélsőségesek voltak, hogy a lúdtalpas pléhprofaság halott rétegét hozták létre. A tv hívős dimenziójának része az a pléhprofájú mamlasz, akit a média hozott divatba. A serdülőknak a régi, forró médiumok, a rádió és a film meg a régi könyvek idejében friss, mohó és beszédes arckifejezése volt. Az 1940-es évek egyetlen államférfija vagy magasabb hivatalnok sem mert volna olyan halott és szoborszerű pofát vágni, mint a gyermek a tv-korszakban. A táncok, amelyek a tv-vel jöttek be, ugyanezt mutatták – valamennyi hasonló volt a tviszthez, ami csak egy nagyon élettelen dialógus formája, amelynek gesztusai és grimaszai azt mutatják, hogy a táncolók be vannak vonva a mélybe, „de nem mondanak semmit”.

A ruházat és a díszítés az elmúlt évtizedben annyira a tapintható és a szoborszerűség irányába fejlődött, hogy túlzott bizonyítékait szolgáltatja a tv-mozaik új tulajdonságainak. Idegeinknek tv általi kiterjesztése érdekes alakzatokba elegendő hatalommal rendelkezik ahhoz, hogy hasonló elképzeléseket váltson ki a ruházatban, a hajviseletben, a járásmódban és a gesztusokban.

Mіндеz hozzájárul a sűrített belső robbanáshoz – a ruhák és terek nem specializált formáinak visszatéréséhez, ahhoz, hogy az emberek ugyanazon helyiség, tárgy és eszköz többféle használatát, egyszóval az ikonszerűt keressék. A zenében és a költészetben meg a festészetben a tapintási robbanás azt jelenti, hogy olyan minőségekre helyeződik a hangsúly, amelyek közel vannak a mindennapi beszédhez. Így Schönberg és Sztravinszkij meg Carl Orff és Bartók, noha korántsem voltak a rejtélyes hatások keresői, manapság úgy tűnik, hogy a zenét nagyon közel hozták a hétköznapi emberi beszéd feltételeihez. Ez a beszédre jellemző ritmus az, amely egykor olyan melódiátlannak tűnt a műveikben. Bárki, aki Perotinus vagy Dufay középkori műveit hallgatja, úgy találja, hogy azok nagyon közel vannak Bartókhoz és Sztravinszkijhoz. A reneszánsz nagy külső robbanása, amely a hangszereket elválasztotta az énektől és a beszédétől, s speciális funkciókat adott azoknak, most az elektronikus belső robbanás korában visszafelé játszódik le.

A tv-kép tapintási jellegének egyik legelevenebb példája az orvosi tapasztalat körében fordult elő. A zártkörű sebészeti oktatásban az orvostanhallgatók kezdettől fogva egy különös hatást jelentettek: az volt az érzésük, hogy nem figyelnek egy operációt, hanem végzik azt. Úgy érezték, hogy ők tartják a szikét. Ily módon a tv-kép, amely a mély részvételt segíti elő a tapasztalat minden aspektusában, a testi jóléttel kapcsolatban valóságos megszállottságot teremt. Az orvossal és a kórteremmel foglalkozó tv-filmek hirtelen megjelenése, mint olyan programé, amely versenyre kelhet a westernnel, egészen természetes. Fel lehetne sorolni egy tucat olyan ki nem próbált programot, amely azonnal népszerűnek bizonyulna ugyanezen okból. Tom Dooley és Medicare eposza természetes kinövése volt az első tv-évtizednek.

Most, hogy példák terjengős során át vizsgáltuk a tv-kép tudat alatti erejét, felvetődhet a kérdés: „Milyen *immunitás* lehetséges olyan médium tudat alatti hatása ellen, mint a tv?” Az emberek hosszú időn át azt gyanították, hogy a bulldogbutaság, ha azt szilárd helytelenítés támogatja, elég adekvát védelem minden új tapasztalattal szemben. E könyv mondanivalója viszont az, hogy egy médium sajátos hatalmának legvilágosabb megértése sem háríthatja el az érzékeknek azt a közönséges „elzáródását”, amely arra készlet bennünket, hogy megfeleljünk a kínált tapasztalat sablonjainak. Az elme legnagyobb fokú tisztasága sem jelent védelmet a baktériumok ellen, noha a szaktársai Louis Pasteurt kizárták az orvosi hivatásból a baktériumok láthatatlan tevékenységére vonatkozó alapfeltevése miatt. Ahhoz, hogy ellenállhassunk a tv-nek, szükségünk van olyan rokon médiumok ellendőzésára, amelyen a nyomtatott szöveg.

Van egy különösen érzékeny terület, amely ezzel a kérdéssel jelentkezik: „Mi volt a tv hatása politikai életünkre?” E téren legalább a kritikai tudatosság és éberség nagy tradíciói tanúskodnak azokról a biztosítékokról, amelyeket a hatalom hitvány használata ellen állítottunk.

Ha Theodore White *The Making of the President: 1960* című munkáját „A televíziós vitákról” szóló fejezetnél nyitjuk ki, akkor a televízió kutatója megdöbbenést érez. White statisztikákat közöl arról, hogy hány készülék van az amerikai lakásokban, és naponta hány órát használják ezeket a készülékeket, de egyetlen utalás sem történik a tv-kép természetére vagy arra, hogy milyen hatással volt a jelöltekre vagy a nézőkre. White a vita „tartalmát” és a vitázók magatartását veszi szemügyre, de az sohasem jut eszébe, hogy miért volt a tv elkerülhetetlen katasztrófa egy olyan intenzív és éles kép számára, amelyen Nixon, és miért volt jótétemény a homályos és kusza Kennedy számára.

A viták vége felé Philip Deane, a londoni *Observer* munkatársa *A seriff és az ügyvéd* címen (1960. november 15.) taglalta a *Toronto Globe and Mail*ben kifejtett elképzeléseimet a tv-nek a választásokra gyakorolt várható hatásáról. Gondolatmenetem lényege az volt, hogy a tv olyan mértékben előnyös Kennedy számára, hogy ő nyeri meg a választásokat. Tv nélkül Nixon nyerné. Cikke vége felé Deane ezeket írja:

„A sajtó túlnyomórészt azt mondta, hogy Mr. Nixon nyert az utolsó két vitában, és hogy rossz volt az elsőben. McLuhan professzor úgy gondolja, hogy Mr. Nixon sokkal határozottabban hangzott. Tekintet nélkül az alelnök nézeteinek és elveinek értékére, túlságosan nagy hangerővel védelmezte azokat a tv-médium szempontjából. Mr. Kennedy éles válaszai hibát jelentettek, de ő ennek ellenére olyan képet nyújt, amely közelebb van a tv-hőshöz, mondja McLuhan professzor. Kennedy egy kissé a félénk, fiatal seriffhez hasonló, míg Mr. Nixon, aki sötét szemét már-már ránk mereszti, ravasz mellébeszélésével inkább vasúttársasági ügyvédre emlékeztet, aki olyan bérleti szerződéseket ír alá, amelyek nem állnak a kisváros lakosságának érdekében. Valóban, azáltal, hogy ellentámadásba ment át, és ugyanazokat a célokat vallja a magáénak, mint a demokraták, Mr. Nixon segíthet ellenfelének a Kennedy-kép elhomályosításában, zavart keltve abban a tekintetben, hogy voltaképpen mi is az, amit Kennedy meg akar változtatni. Mr. Kennedynak így nem válnak hátrányára a világos problémák. Vizuálisan kevésbé definiált képet nyújt, és közönyösebbnek tűnik. Kevésbé látszik félni attól, hogy eladja magát, mint Mr. Nixon. McLuhan professzor ennyiben Kennedynak adja a vezetést anélkül, hogy lebecsülne azt a félelmetes hatást, amit Mr. Nixon az Egyesült Államok konzervatív erőire gyakorol.”

Egy másik módja annak, hogy megmagyarázzuk, ki az elfogadható tv-személyiség, szemben az el nem fogadhatóval, hogy kijelentjük: bárki, akinek a megjelenése erősen leleplezi az életben betöltött státuszát és szerepét, rossz a tv-ben. Bárki, aki olyan, mintha tanító, orvos, üzletember vagy még egy tucat más lehetne egyszerre, jó a tv-ben. Ha a mutatott személy osztályozhatónak látszik, mint amilyennek Nixon látszott, a tv-néző semmit sem tölthet bele. Kellemetlenül érzi magát az illető tv-képével. Kényelmetlenül jegyzi meg: „Van valami a fickóban, ami nincs rendben.” A néző pontosan ugyanezt érzi, ha egy túlzottan csinos lányt lát a képernyőn, vagy bármilyen, intenzíven „magas definiáltságú” képet vagy üzenetet kap a műsor megrendelőitől. Nem véletlen, hogy a reklámozás a komikus hatások jelentős új forrása lett a tv beköszöntése óta. Mr. Hruscsov nagyon kitöltött vagy befejezett kép, ami úgy jelenik meg a tv-ben, mint egy humoros karikatúra. Képtáviraton és a tv-ben Mr. Hruscsov egy joviális komikus, teljesen lefegyverző egyéniség. Pontosan az a képlet, amelytől valaki filmszerepre megfelelő lehet, ugyanazt a személyt alkalmatlanná teszi arra, hogy a tv-ben elfogadják. Mert a forró filmmédiumnak olyan emberekre van szüksége, akik nagyon határozottan valamilyen *típusnak* látszanak. A hűvös tv-médium nem tudja megemészteni a típusokat, mert a nézőnek azt a munkáját, hogy „lezárja” vagy befejezze a képet, kudarcra kárhoztatja. Kennedy elnök nem látszott gazdag embernek vagy politikusnak. Vegyeskereskedőtől vagy professzortól futballtrénerig minden lehetett volna. Beszéde nem volt annyira előre kész, hogy tönkretette volna körvonalának és arckifejezésének kellemes homályát. A palotából a fakunyhóba, a gazdagságból a Fehér Házba ment, a tv-felfordulás és rendtelenség mintája szerint.

Ugyanezeket az alkotórészeket találjuk meg bármelyik népszerű tv-figurában. Ed Sullivan, aki kezdettől fogva mint a „nagy kőarc” volt ismert, olyasvalaki, aki rendelkezik a felépítés szükséges nyersségével és azzal az általános szoborszerűséggel, amely elengedhetetlen ahhoz, hogy valaki komoly méltányolást kapjon a tv-ben. Jack Paar egészen más – nem is kusza, nem is szoborszerű. Másfelől viszont jelenléte a tv-ben teljes egészében elfogadható, kifejezetten hűvös és keresetlen verbális tevékenysége miatt. A Jack Paar-műsor tárta fel, hogy a tv-nek mélységesen szüksége van spontán csevegésre és dialógusra. Jack felfedezése, hogy a mozaikszerű tv-képet kiterjeszti a műsor egész formátumára, mikor is látszólag bárkit bárhonnét elcsíp a legkisebb beavatkozásra. Valójában azonban értett ahhoz, hogyan hozzon létre mozaikot a többi médiumból, az újságírás és a politika, a könyvek és a Broadway és általában a művészet világából, míg végül is félelmetes riválisa lett magának a sajtómozaiknak. Miként Amos és Andy csökkentette a templomok látogatottságát a rádió régi napjaiban, ugyanúgy Jack Paar biztosan megritkította az éjjeli mulatók közönségét kései műsoraival.

S mit mondjunk a Nevelés Televízióról? Amikor a hároméves gyerek a tv előtt ül, és az apjával meg a nagyapjával az elnök sajtókonferenciáját nézi, az illusztrálja a televízió komoly nevelési szerepét. Ha azt kérdezzük, mi a tv viszonya a tanulási folyamathoz, akkor a felelet biztosan az, hogy a tv-kép, azáltal, hogy a hangsúlyt a részvételre, a dialógusra, a mélységre helyezi, Amerikát a nevelés programozásának követelménye elé állította. Hogy lesz-e valaha is tv minden tanteremben, az mellékes. A forradalom már végbe ment az otthonokban. A tv megváltoztatta érzéki életünket és mentális folyamatainkat. A tv kedvet teremtett ahhoz, hogy mindent *mélységben* tapasztaljunk, s ez a nyelvtanulást ugyanúgy érinti, mint az autók stílusát. A tv megjelenése óta senki sem elégedett a francia vagy angol költészet könyvszerű ismeretével. Az egyhangú kiáltás ma ez: „Beszéljünk franciául!” és „Halljuk a lantost!”. S ami elég furcsa, a mélységi igénnyel együtt jár a ripsz-ropsz programozás igénye. Ne csak mélyebbre, hanem tovább is: ez lett a szokásos népszerű követelmény a tv megjelenése óta.

Remélhetőleg eleget mondtunk a tv-kép természetéről ahhoz, hogy megmagyarázzuk, miért kell ennek így lennie. Hogyan hathatná át az életünket még jobban, mint amennyire eddig tette? A puszta tantermi használat nem tudná kiterjeszteni a befolyását. Persze tantermi felhasználása megköveteli a tantárgyak és a tantárgyak megközelítésének újjászervezését. Ha csak annyi történe, hogy a mai tanrendet tv-re vinnék, az annyi lenne, mintha a mozikat vinnék a tv-re. Az eredmény olyan hibrid, amely nem lenne azonos egyikkel sem. A helyes megközelítés ezt kérdezi: „Mi olyat tehet a tv a francia nyelvtanért vagy a fizikáért, amit a tanterem nem tehet?” A tv illusztrálhatja a folyamat összjátékát és mindenféle forma növekedését oly módon, ahogyan semmi más nem teheti.

Az érem másik oldala az a tény, hogy a vizuálisan szervezett nevelési és társadalmi világban a tv-gyermek hátrányos helyzetű nyomorék. Közvetett utalást tett erre a megdöbbentő fordulatra William Golding *A legyek ura* című regénye. Egyfelől nagyon hízelgő, amikor jólnevelt gyerekek csapatáról azt mondják, hogy mihelyt kijutnak a nevelőnő látóköréből, a bennük buzgó vad szenvedély felforr, és elsodor gyermekkocsit és járókát. Másfelől Mr. Golding pasztorál példabeszédének van bizonyos jelentése a tv-gyermekben végbemenő lélektani változások szempontjából. Ez a kérdés oly jelentős bármely eljövendő kulturális és politikai stratégia szempontjából, hogy megérdemli, hogy címként emeljük ki, és tömören összegezzük:

Miért nem tud a tv-gyermek előrenézni?

A belemerülést a mélység élményébe a tv-n keresztül csak a vizuális és mozaikszerű tér közötti különbség fogalmaiban magyarázhatjuk meg. E radikálisan eltérő formák megkülönböztetésének a képessége egészen ritka a mi nyugati világunkban. Azt szokták mondani, a vakok országában a félszemű ember nem lesz király. Ugyanis a vakok hallucináló holdkórosnak gondolják. Egy rendkívül vizuális kultúrában ugyanolyan nehéz a térformák nem vizuális tulajdonságait közölni, mint a vaknak a vizualitást magyarázni. *A relativitás ABC-jében* Bertrand Russell azzal kezdi a magyarázatát, hogy semmi nehéz nincsen Einstein gondolataiban, csakhogy azok képzeletvilágunk teljes reorganizációját kívánják. Nos, pontosan ez a képzeleti reorganizáció az, ami a tv-ben megvalósult.

A szokásos képtelenség arra, hogy különbséget tegyünk fénykép és tv-kép között, nemcsak napjaink tanulási folyamatának egyik bénító ténye; jellemzője ez a nyugati kultúra egy korszakot átfogó kudarcának. A művelt ember, aki olyan környezethez szokott, amelyben a vizuális érzéket terjesztették ki mindenhová az organizáció elve gyanánt, néha feltételezi, hogy a primitív művészet mozaikjellegű világa vagy akár a bizánci művészet világa csupán fokozati különbséget képvisel, bizonyos kudarcát annak, hogy vizuális ábrázolásaikat a teljes vizuális hatásosság szintjére hozzák. Mi sem lehetne ennél távolabb az igazságtól. Ez olyan téves koncepció, amely századokon át rontotta az egyetértést Kelet és Nyugat között. Napjainkban a színes és a fehér társadalmak közti viszonyt rontja.

A legtöbb technológia olyan teljességet hoz létre, amely egész nyilvánvalóan különválasztja az érzékeket. A rádió a hallás, az igényes fényképezés a látás kiterjesztése. De a tv mindenekfelett a tapintási érzék kiterjesztése, amely az érzékek maximális összjátékát vonja magával. A nyugati ember számára azonban a mindent átfogó kiterjesztés a fonetikus írás eszközével történt, az pedig a látási érzék kiterjesztésének a technológiája. Ezzel szemben az írás valamennyi nem fonetikus formája művészi mód,

amely az érzéki hangszerelés nagy változatosságát őrzi meg. Egyedül a fonetikai írásnak van meg az a hatalma, hogy elválassza és töredékessé tegye az érzékeket, és levetkezze a szemantikai komplexséget. A tv-kép megfordítja az érzéki életnek azt az analitikus széttöredezését, amit a nyomtatáson alapuló műveltségi folyamat eredményezett.

A folyamatosság, az egyöntetűség és a következetesség hangoztatása, amely a műveltségéből ered, szembeállít bennünket azokkal a nagy technológiai eszközökkel, amelyek a folyamatosságot és a linearitást töredezett ismétlődésen keresztül valósítják meg. Az ókori világ ezt az eszközt a téglában találta meg, akár falról, akár útról volt szó. Az ismétlődő, egyforma téglák, ez a nélkülözhetetlen alkotója útnak és falnak, városoknak és birodalmaknak, a vizuális érzék kiterjesztése. *A téglafal nem mozaikjellegű forma*, a mozaikjellegű forma pedig nem vizuális struktúra. A mozaikot lehet látni, ahogy a táncolást is lehet, de vizuálisan nincs *strukturálva*, s nem is kiterjesztése a vizuális képességnek. Mert a mozaik nem egyöntetű, nem folyamatos vagy ismétlődő. A mozaik nem folyamatos, nem szimmetrikus és nem lineáris, hasonlóan a tv-képhez. A tapintási érzék számára minden dolog váratlan, ellenkező, eredeti, ösztönös, furcsa. G. M. Hopkins *Tarka szépség* című verse katalógusa a tapintási érzék ismérveinek. A vers a nem vizuális elem manifesztuma, s hasonlóan Cézanne-hoz, Seurat-hoz vagy Rouault-hoz, nélkülözhetetlen kulcsot ad a tv megértéséhez. A modern művészet nem vizuális, mozaikszerű struktúrája – hasonlóan a modern fizika és elektromos információ alakzataihoz – csak kevés elkülönülést tesz lehetővé. A tv-kép mozaikszerű formája részvételt és bekapcsolódást kíván, ugyanúgy, mint a tapintási érzék. Ezzel ellentétben az írásbeliség, azáltal, hogy a vizuális képességet kiterjeszti az idő és a tér egységes szerkezetére, pszichikusan és fizikailag lehetővé teszi az elkülönülést és a be nem kapcsolódást.

A vizuális érzék, ha azt fonetikus írásbeliséggel terjesztjük ki, erősíti azt az analitikus szokást, hogy csak egyetlen szemszöveget észleljünk a formák világában. A vizuális képesség lehetővé teszi számunkra, hogy időben és térben egyetlen mozzanatot izoláljunk, mint az ábrázoló művészetben. Egy személy vagy egy tárgy vizuális ábrázolásában egyetlen fázist vagy mozzanatot, vagy aspektust választunk ki a személy vagy tárgy ismert vagy érzett fázisai, mozzanatai, aspektusai közül. Ezzel szemben az ikonografikus művészet úgy használja a szemet, ahogy mi a kezünket használjuk, hogy olyan átfogó képet alkossunk, amely a személy vagy dolog sok mozzanatából, fázisából vagy aspektusából áll. Az ábrázolás ikonszerű módja tehát nem vizuális, és nem is specializációja az egyetlen pozícióból néző vizuális szempontnak. Az észlelés tapintási módja hirtelen, de nem specializált. Totális, színesztéziás, és átfog minden érzéket. A tv-gyermek, akit áthat a mozaikszerű tv-kép, a világgal olyan szellemben találkozik, amelyik ellentétes az írásbeliséggel.

A tv-kép, hogy úgy mondjuk, még az ikonnál is nagyobb méretű kiterjesztése a tapintási érzéknek. Ahol egy írásbeli kultúrával találkozik, ott szükség szerűen növeli az érzéki keveréket, mert a töredékes és specializált tapasztal-

talatot varrat nélküli szövedékké alakítja át. Az ilyen átalakítás természetesen „katasztrófa” egy specializált, írásbeliségen alapuló kultúra számára. Elhomályosít sok népszerű attitűdöt és eljárást. Tompítja az alapvető pedagógiai technikák hatását és a tantervek helytálló voltát. Ha másért nem, már csak emiatt is fontos lenne ismerni a formák dinamikus létét, azt, hogy miként rakódnak ránk és egymásra. A tv közellátóvá teszi az embert.

Azok a fiatal emberek, akik átéltek egy tv-évtizedet, természetesen magukba szívták a mély bekapcsolódásnak azt a szükségletét, amely a szokványos kultúra távoli, vizuális céljait irreálissá és érdektelenné, sőt nemcsak érdektelenné, de vérszegénnyé is teszi. A totális bekapcsolódás a mindent átfogó *mostaniba* az, amit a tv mozaikszerű képe a fiatal életekben kivált. Az attitűd e változásának semmi köze a műsorhoz, ez ugyanaz lenne, ha a műsorok kizárólag a legmagasabb igényű kulturális tartalommal rendelkeznének. Az attitűdnek a tv mozaikszerű képével kapcsolatos változása minden esetben bekövetkezne. Természetesen a mi dolgunk nemcsak az, hogy megértsük ezt a változást, hanem az is, hogy kiaknázzuk pedagógiai gazdaságosságát. A tv-gyermek bekapcsolódásra vár, és nem akar specializált munkakört a jövőben. Szerepet és mély elkötelezettséget akar a társadalomban. Ez a gazdagon emberi szükséglet féktelenül és félreértetten manifesztálódik azokban az eltorzult formákban, amelyeket a *West Side Story* rajzol meg.

A tv-gyermek mer előrenézni, mert azt akarja, hogy bevonják, s nem tud töredékes és pusztán vizuális célt vagy rendeltetést elfogadni sem a tanulásban, sem az életben.

Gyilkosság a televízióban

Jack Ruby lelőtte Lee Oswaldot, miközben szorosán körülfogták az örök, akiket megbénítottak a televíziós kamerák. A televízió megbabonázó és magával ragadó hatalmának aligha volt szüksége erre a kiegészítő bizonyítékra az emberi percepcióra kifejtett sajátos hatása tekintetében. A Kennedy-gyilkosság közvetlenül megértette az emberekkel egyfelől azt, hogy milyen hatalmas van a televíziónak a mély részvétel megteremtésében, másfelől pedig azt, hogy milyen fantasztikusan bénító hatása is van. A legtöbb embert megdöbbenetette, hogy az esemény milyen mélységes jelentőséget árasztott a számára. Sokakat meglepett a tömegreakció hűvös volta és nyugalma. Ugyanez az esemény, ha ezt (televízió hiányában) sajtó és rádió tárgyalta volna, teljesen más élményt nyújt. A nemzet halántéka átforrósodott volna. Az izgalom mérhetetlenül nagyobb lett volna, a tudatos, közös részvétel viszont sokkal kisebb.

Mint korábban kifejtettük, Kennedy kitűnő tv-kép volt. Ugyanolyan hatással használta ezt a médiumot, amilyen hatásosan Roosevelttel tanulta meg használni a rádiót. A tv birtokában Kennedy természetesnek találta, hogy a nemzetet bevonja az elnöki hivatalba, mind operatíván, mind képileg. A tv

messzebbre nyúl a hivatal testületi tulajdonságainál. Potenciálisan az elnökséget monarchikus dinasztivá alakíthatja át. Egy választáson alapuló elnöki rendszer nemigen nyújthatja az elkötelezettségnek azt a mélységét, amit a tv-forma kíván. A tv-ben a diákhallgatóság még a tanárokat is olyan karizmatikus és misztikus jelleggel látszik felruházni, amely messze felülmúlja a tanteremben vagy előadóteremben kialakuló érzéseket. A tv-oktatás közönségreakcióit vizsgáló számos tanulmányban visszatér ez a meglepő tény. A nézőnek az az érzése, hogy a tanár szinte egy szent dimenziójával bír. Ennek az érzésnek az alapja nem fogalmakban vagy eszmékben van, hanem a hivatalban és a megmagyarázhatatlanban látszik megbújni. Meglepi mind a diákokat, mind azt, aki azok reakcióit vizsgálja. Beszédesebben aligha figyelmeztethetne bennünket valami is a tv jellegére. Ez nem annyira vizuális, mint inkább tapintási-hallási médium, amely valamennyi érzékünket bevonja a mélységi összjátékba. Olyan emberek számára, akik hosszú idő óta hozzászoktak a tipográfiai és fotográfiai változatok vizuális élményéhez, a tv-élmény *szinesztéziája* vagy tapintási mélysége látszik annak a tényezőnek, amely eltávolítja őket szokásos és passzív elkülönülő attitűdjüktől.

A hagyományos, irodalmi műveltségű ember banális és rituális megjegyzése arról, hogy a tv a passzív nézőknek nyújt élményt, meg sem közelíti az igazságot. A tv mindenekfelett olyan médium, amely alkotó módon részt vevő válaszokat kíván. Azok az örök, akik elmulasztották Lee Oswaldot megvédeni, nem voltak passzívak. Annyira elmerültek a tv-kamerák pusztá láttára, hogy elvesztették az érzéküket egyébként gyakorlati és specializált munkájuk iránt.

Talán a Kennedy-temetés volt az, amikor a tv a legerősebb benyomást tette a közönségre azzal a hatalmával, hogy egy alkalmat a testületi részvétel jellegével ruházzon fel. A sport kivételével soha nemzeti eseménynek még nem volt ilyen közönsége. Ez az esemény megmutatta: a tv példátlan képességgel rendelkezik abban a tekintetben, hogy a közönséget egy komplex *folyamatban* való részvételbe vonja be. A temetés mint testületi esemény, még a sport képét is elhalványította, és jelentéktelen arányúra zsugorította. Röviden: Kennedy temetése megmutatta, milyen hatalommal rendelkezik a tv ahhoz, hogy az egész lakosságot bevonja egy rituális folyamatba. Vele összehasonlítva a sajtó, a film, de még a rádió is csak csomagoló eljárás a fogyasztók számára.

A Kennedy-esemény mindennél jobb alkalmat ad arra, hogy tudomásul vegyük a „hideg” tv-médium egy paradox vonását. A mélybe merít bennünket, de nem izgat fel, nem agitál, nem korbácsol fel. Feltehetőleg ez a jellemzője minden igazán mély élménynek.