

# A VIZUÁLIS MÉDIA ÉS AZ AGRESSZÍV ENERGIÁK RELÁCIÓI. LÁTÁSUNK IRÁNYÁNAK ÉS SEBESSÉGÉNEK MÉDIA ÁLTALI MEGHATÁROZOTTSÁGA

---

PUSZTAI VIRÁG

## BEVEZETÉS

A média és az agresszió összefüggéseivel kapcsolatban az utóbbi 60 évben számos kutatás látott napvilágot, elsősorban médiapszichológiai vagy más, interdiszciplináris megközelítésben. Ma már léptenyomon találkozhatunk a két szó összekapcsolásával létrejött fogalommal, a *médiaagresszió* fogalmával, amelyet két teljesen eltérő jelenségre is használnak: egyrészt a média agresszióábrázolására, másrészt a média erőszakos megnyilvánulásaira, agresszorként való fellépésére értve. Mindkét témakörben a vizuális média termékei, azon belül elsősorban a mozgóképes médiatartalmak azok, amelyek a legerőteljesebb hatást kiváltják. A sokat emlegetett médiamanipulációs eszközök mellett érdemes figyelmet szentelni annak is, hogyan határozzák meg a mozgóképsorok látásunk irányát és sebességét. Feltevésem szerint napjainkban az agresszió egyik legnagyobb hatású, de kevésbé emlegetett megnyilvánulási formája az, amikor a média egy-egy látásmódot kényszerít a fogyasztóira, korlátozva ezzel a szabad, közvetlen tapasztalatszerzési lehetőségeiket és meghatározva gondolkodásmódjukat.

## A MÉDIAAGRESSZIÓ ÉS A MÉDIAERŐSZAK FOGALMAINAK KÉPLÉKENYSÉGE

A média és az agresszió összefüggéseinek feltárásakor beleütközünk a képlékeny fogalmak problémájába. Hiába tekint vissza a diskurzus mintegy hat évtizedre, a médiaagresszió és a médiaerőszak fogalma még nem tisztult le kellőképp. A kettőt sokszor egymás szinonimájaként használják, holott – ahogy az agresszió és az erőszak fogalma közé sem lehet egyenlőséget tenni – úgy a médiaerőszak és a médiaagresszió fogalmát is érdemes megkülönböztetni.

Az erőszak fogalmát használhatjuk úgy, mint az erő megnyilvánulásának egy lehetséges módját. Olyan, előre eltervezett cselekményeket értünk alatta, amelyek másoknak szenvedést okoznak, illetve másokat fizikai erővel vagy hatalmi nyomással kényszerítenek valamire. Sokszor találkozunk azzal a felfogással, amely az erőszakot az agresszió direkt, közvetlen, okozati követ-

kezménnyel, pl. sérüléssel, testi vagy lelki fájdalommal járó megnyilvánulása-ként kezeli.

Az agresszió fogalma mindenképpen összetettebb, komplexebb jelenséget jelöl, de ez sem definiálható könnyebben. Mibenlétéről a szakirodalom folyamatos vitáknak ad helyet, hiszen nem egy bizonyos típusú, könnyen meghatározható paraméterekkel és jól reprodukálhatóan leírandó viselkedéssel van dolgunk, sokkal inkább egy nagy változatosságot mutató gyűjtőfogalomról.

A természet- és társadalomtudományok különböző ágai természetesen más és más megközelítésben próbálják definiálni az agresszió fogalmát. A demográfiai változásokból, a túlnépesedésből, a források kimerüléséből és a globalizációból fakadó társadalmi problémák felerősödése az agresszió fogalmát előtérbe helyezte a filozófiai gondolkodásban is. Walter Brugger Filozófiai lexikonában olvasható meghatározás szerint „az agresszió olyan viselkedést és ezt megalapozó érzelmi viszonyulást jelent, amelynek célja egy fenyegetőnek tartott tárgy elpusztítása, illetve valamely ellenállás leküzdése.”<sup>1</sup> A szócikk jelzi, hogy bizonyos elméletek az agressziót ösztönkésztetésekre, mások frusztrációkra vezetik vissza, megint más nézetek szerint pedig velünk született és tanult mozzanatok alkotják az alapját. A filozófiai antropológia abból indul ki, hogy az emocionalitás nem determinálja kifejezetten a cselekvést, hanem a természet a fejlődés folyamán olyan kultúrává alakítható, amely az erkölcsi célkitűzések érdekében lehetővé teszi az agresszió korlátok közé szorítását és irányítását.

A fogalmak természetesen nem csak a magyar nyelvhasználatban képléke-nyek, ugyanez az összemosódás megfigyelhető a nemzetközi szakirodalom-ban is a *media violence* illetve a *media aggression* kifejezések kettősségében, noha a mindennapi társalgásban az előbbivel gyakrabban találkozhatunk.

A filozófia és a médiatudomány határterületén mozogva ez a fogalmi tisztázatlanság igencsak hátráltathatja a munkát. Tóth Péter etológus, médiakutató szerint a probléma talán feloldható, ha a definiálást egymástól elválasztva, az agresszió esetében természettudományi, míg az erőszak esetében szocio-kulturális keretben végezzük el, mindkét fogalmat újragondolva.<sup>2</sup>

A fogalmakkal kapcsolatos másik, igen nagy zavart okozó probléma az, hogy mind a médiaagresszió, mind a médiaerőszak fogalma alá (hiszen, ahogy arra korábban utaltam, ezeket sokszor szinonimaként használják) két teljesen különböző jelenséget is „besöpörnek”.

---

<sup>1</sup> Walter Brugger: *Filozófiai lexikon*. Budapest, Szent István Társulat, 2005. 42.

<sup>2</sup> Tóth Péter: A médiahatás-kutatás problémái: az agresszió és az erőszak rekonceptuá-lizálása. In: *Médiakutató*, 2007. tél.

Az egyik jelenség a média erőszakábrázolása, vagyis az az eset, amikor a média bemutatja, közvetíti az agressziót. A másik, szintén igen szerteágazó kutatási témákat kínáló megnyilvánulás pedig az, amikor a média maga lép fel agresszorként, manipulálva az általa elérhető tömegek nézeteit és cselekedeteit.

Adott tehát két kifejezés és két különböző témakör, jelenség. Felmerülhet a gondolat, hogy az egyik kifejezéssel az egyik, a másikkal a másik jelenséget jelöljük, ám ha megpróbáljuk összekapcsolni a médiaerőszak fogalmát a médiában megjelenő erőszakkal, a médiaagresszió kifejezést pedig a média agresszorként való fellépésével szeretnénk azonosítani, gyorsan rájövünk, hogy ez korántsem ilyen egyértelmű. Hiszen a média nem csak az erőszakot, de az agressziót is megjeleníti, illetve fogyasztóival szemben nem csak agressziót, de erőszakot is kifejt. A továbbiakban e tanulmány – elkerülendő, hogy minden alkalommal mindkét fogalmat kénytelen legyen felsorakoztatni – a médiaagresszió kifejezést fogja használni, pusztán az agresszió fogalmának az erőszak fogalmához képest komplexebb volta miatt.

#### A MÉDIÁBAN MEGJELENŐ AGRESSZIÓ

A médiában megjelenő agresszió jelenségével kapcsolatban mintegy hat évtizedes múltra tekintenek vissza a különféle megközelítéseket alkalmazó kutatások. Folyamatosan készülnek felmérések, statisztikák, kimutatások. A média erőszakos megnyilvánulásai gyakori témái a hétköznapi társalgásnak is, legtöbbször szörnyülködés formájában. Még ha a tendenciák feletti sopánkodás többnyire álszent is – hiszen akik legjobban kárhozzatják a médiát, azok is többnyire aktív fogyasztói – indokolatlannak semmiképp nem mondható. Az Egyesült Államokban már az '60-as évektől megdöbbentő adatok láttak napvilágot. Egy 1968-as kutatás becslése szerint például egy amerikai fiatal 15 és 25 éves kora között átlagosan 13 400 ember erőszakos halálát nézi végig a képernyőn.<sup>3</sup> Egy 1977-es vizsgálat szerint Sao Paolo-ban egy hétköznapi estén, hét csatornán 3 óra leforgása alatt 64 gyilkosságot, 38 lövöldözést, 7 nemi erőszakot, 22 verekedést, 3 rablást és 23 megfélemlítést, zsarolást mutattak be.<sup>4</sup> A különböző évekből és országokból származó statisztikai adatokat hosszan lehetne sorolni.

---

<sup>3</sup> A National Association for Better Radio and Television adatait Marcel Frydman közli 1993-ban megjelent *Télévision et violence* című könyvében. Frydman, Marcel: *Télevízió és agresszió*. Budapest, Pont kiadó, 2004. 8.

<sup>4</sup> Ranschburg Jenő: *Aggresszió a képernyőn*. In. Szávai Ilona (szerk.): *Tévé előtt – védtelenül? Tanulmányok a média hatásáról*. Budapest, Pont Kiadó, 2010. 11.

Amikor a médiában megjelenő agresszióról esik szó, a legtöbben a vizuális médiára, azon belül is a mozgóképes anyagokra gondolnak, hiszen ezek közvetítik ma a legtöbb, és legkönnyebben dekódolható erőszakos mozzanatot. Mind a valóságot bemutató hírműsorokban, mind a fikció területén mozgó alkotásokban megjelenő agresszió része a mindennapjainknak. Utóbbiakat illetően már nem csak a horrorfilmek, thrillerek, krimik, háborús filmek vannak tele brutalitással és vérrel, de az akciófilmek, drámák, sőt, a romantikus filmek sem mellőzik teljesen az ilyen jeleneteket. Ahogy fejlődik a filmes technika, egyre könnyebb az erőszak természetes képi ábrázolása: a számítógépes animáció révén nem okoz problémát például a lőtt vagy szúrt sebek, levágott végtagok élethű megjelenítése.

Kezdetben leginkább a televíziót kárhoztatták: Mary Whitehouse például 1964-ben publikálta *Cleaning-up TV: From Protest to Participation* című pamfletjét, melyben arról értekezett, hogy a televízió a vallás nélküli modern társadalomban egyre terjedő erőszakot tárja a néző elé, így maga is hozzájárul a nyugati keresztény értékrend destabilizálásához, sőt pusztulásához.<sup>5</sup> Napjainkban, amikor a hagyományos televíziózás kezd egyre inkább háttérbe szorulni, a videómegosztó csatornák, a mozgóképes anyagokat is közzétevő közösségi oldalak és a számítógépes játékok kapják a legtöbb kritikát.

A (vizuális) média erőszak- és agresszió-ábrázolásának megítélését illetően különböző nézőpontok léteznek. Vannak, akik évtizedek óta a vészharangot kongatják, és vannak olyanok is, akik szerint nincs akkora baj, hiszen az erőszak az élet része, természetes velejárója, és hiteltelen lenne a média, ha soha nem mutatná.

Az egyik elmélet szerint – melyet főleg a gyerekekre és a fiatalokra vonatkoztatnak – az erőszakos tartalmú képsorok felzaklatják a befogadót, akiben hatásukra agresszív energiák gyűlnek fel, amelyek szélsőséges esetekben utat találhatnak a környezetük felé. Albert Bandura már az 1960-as évek elején kísérletekkel bizonyította, hogy az agresszív modellek megfigyelése – akár élőben, akár a tévé képernyőjén – jelentős mértékben fokozza a tévénéző gyermek agresszív késztetéseit.<sup>6</sup> Később, már kifejezetten a televízióban megjelenő agressziót vizsgálva hasonló következtetésekre jutott Marcel Frydman is, hangsúlyozva az agresszív képsorok feldolgozásához, értelmezéséhez nyújtott (pedagógusi és szülői) segítség fontosságát.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Whitehouse, Mary: *Cleaning-up TV: From Protest to Participation*. Blandford, 1967.

<sup>6</sup> Bandura, A. & Ross, D. & Ross, Sh. A. ([1963] 1981) *Film által közvetített agresszív modellek utánzása*. In: Csepeli György (szerk.) *Csoportlélektan*. Budapest, Gondolat, 515–525.

<sup>7</sup> Frydman, Marcel: *Télévision et violence. Les Éditions Médicales et Paramédicales de Charleroi, Belgique*, 1993.

George Gebner, a téma egyik vezető kutatója nem azt tartotta a média-erőszak legnagyobb veszélyének, hogy közvetlen módon erőszakot vált ki a befogadóból, hanem azt, hogy átalakítja, torzítja a világról alkotott elképzelésünket.<sup>8</sup> Megkülönböztette a régi, például a népmesékben tetten érhető, szelektíven alkalmazott és dramaturgia által motivált agressziót a kereskedelmi céllal előállított, öncélú, ok-okozati összefüggésektől mentes ún. vidám erőszaktól, amely happy enddel végződik. Előbbi természetes része volt a mitológiáknak, a különféle népek mondavilágának – s mivel a médiát napjaink mitológiájának inkubátoraként illetve a szocializáció terepeként is fel foghatjuk, a megmagyarázott, következményekkel járó agresszió bemutatása (ahol az agresszor elnyeri méltó büntetését) társadalmi szempontból akár itt is hasznos lehet.

A témával kapcsolatos diskurzus általában két fontos kérdést szokott körbejárni. Az egyik kérdés, hogy attól nő-e az erőszakos cselekmények száma, hogy ilyen viselkedésformákat látunk a TV-ben, vagy azért van a képernyőn ilyen sok erőszak, mert ilyen a világ, ezt érzik a nézők hitelesnek és érdekesnek? A másik, szintén nehezen megválaszolható kérdés pedig az, hogy lehet-e a médiának erőszak-levezető hatása?

Van olyan vélekedés, mely szerint ha agresszív tartalmakkal teli filmeket nézünk, vagy olyan számítógépes játékot játszunk, amelyben le kell lőni, meg kell semmisíteni az ellenséget, azzal kiéljük agresszív hajlamainkat, és nem közvetítjük azokat hús-vér embertársaink felé. Az ún. katarzis-elmélet hívei szerint az erőszak szemlélése az agresszív késztetések alóli felszabaduláshoz vezet, szemben az ópiumelmélet hipotézisével, mely abban áll, hogy a médiában látott erőszak eltompítja az érzéseket, a befogadó érzéketlenné válik az agresszió megnyilvánulásaival szemben, így közönyössé válik a környezetében tapasztalható erőszakos cselekmények iránt is.<sup>9</sup>

Sokan felvetik azt az eshetőséget, hogy nem feltétlenül azért köti le a figyelmünket a médiában ábrázolt erőszak, mert valóban agresszívek volnánk, hanem azért, mert érzékenyek vagyunk a témára. Önkéntelenül is kutatjuk az agresszió mögött meghúzódó motivációkat, a társadalmi-közösségi felelősséget, latolgatjuk az agresszió lehetséges hatásait.

Stachó László és Molnár Bálint 2003-ban egy hiánypótló tanulmányban összegezték a média és az agresszió kapcsolatának kutatására jellemző elméleti és empirikus irányokat, átfogóan bemutatták a témában zajló tudományos vitát. Arra jutottak, hogy „az agresszió és a média kapcsolatának tuda-

---

<sup>8</sup> Gebner, George: *A média rejtett üzenete*. Budapest, Osiris Kiadó & MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, 2000.

<sup>9</sup> *Film- és médiafogalmak kesszótára*. Budapest, Korona Kiadó, 2002. 264.

mányos tanulmányozásában ma is nagy szükség van a kutatások részletes és őszinte, nem dogmavezérelt bírálatára, s az elméletek, valamint az empiria hiányosságainak őszinte, nem a támadás vagy a vita elsődleges céljával történő kiemelésére.”<sup>10</sup> Azt azonban a tanulmány is mutatja, hogy a jelenség kutatása igen népszerű, sokakat foglalkoztat, és az érdeklődés a jövőben várhatóan csak fokozódni fog.

## A MÉDIA MINT AGRESSZOR

A médiaagresszió fogalmának másik megközelítése a fenténél lényegesen összetettebb és nehezebben megragadható. Ennek a megközelítésnek a kiindulópontja az, hogy a média akkor is felléphet agresszorként, ha éppen nem erőszakos tartalmakat közvetít, nem agressziót ábrázoló képsorokat vetít elénk. Az agresszió mindig valamilyen ellenállást igyekszik legyőzni, és ebben hatalmas eszköztár áll a rendelkezésére a fizikai erőszak legbrutálisabb megnyilvánulásaitól a finomabb kényszerítő eszközökig. A legkifinomultabb eszköz a manipulációnak az a formája, amikor az agresszió elszenvedője nincs is tudatában annak, hogy manipuláció áldozata. A médiára többnyire ez utóbbi jellemző. Sőt, az olyan eset sem ritka, hogy a fogyasztó tudatában van annak, hogy manipuláció áldozata, de mivel ez az állapot rövidtávon szórakoztatja, leköti őt, a hosszútávú következményekre nem gondolva zokszó nélkül kész „elszenvedni” azt.

Ha a médiaagresszióknak erről a formájáról beszélünk, akkor agresszió alatt természetesen nem az egyén sérelem- vagy kár okozására irányuló cselekedeteit értjük, melyek ösztönkésztetésekre vagy frusztrációkra vezethetők vissza. Jelen esetben egyfajta csoportos agresszióról van szó, amely inkább a jogi értelemben vett, militarista agresszióra emlékeztet, melynek célja egy közösség vagy terület szuverenitásának, függetlenségének letörése az agresszorként fellépő hatalom törekvéseinek megfelelően. Jelen esetben egyértelműen a közvélemény uralása, irányítás alá vétele jelenti a célt.

Felvetődik persze a kérdés, hogy a média maga az agresszor, vagy az újságok, televíziók, rádiók, internetes portálok csupán a hadtestek? Ha valamilyen modern hadviselésről van szó, akkor ki irányítja a csapatokat? Erre nehéz választ adni anélkül, hogy összeesküvés-elméletekbe csúsznánk bele. Tanulmányosak viszont Ben Haig Bagdikian amerikai-örmény médiaszakember fejtegetései, aki *The Media Monopoly*<sup>11</sup> című könyvében – amely nap-

---

<sup>10</sup> Stachó László – Molnár Bálint: *Médiaerőszak: tények és mítoszok*. In. Médiakutató, 2003. tél.

<sup>11</sup> Bagdikian, Ben H.: *The Media Monopoly*. Boston, Beacon Press, 1983.

jainkban is a médiakritika egyik alaplíművének számít – lerántja a leplet az amerikai médiamonopóliumok praktikáiról és taktikáiról: a fúziók révén egyre több és több médiacég kerül egyre kevesebbek kezébe. Bemutatja, hogy a kereskedelmi médiát milyen behatások érik: milyen célok, érdekek és egyéb tényezők határozzák meg a működését. A modern médiabirodalmak élén álló személyeknek tehát minden bizonnyal hatalmukban áll bizonyos mértékig megszabni a média agresszív megnyilvánulásainak irányait, ugyanakkor mára a gépezet nagy mértékig önjáróvá vált. A közösségi internetmédiában már nem csak hivatásos szakemberek készítik a médiatartalmakat, hanem laikusok is. Bárki bármit feltölthet az internetre, elvben szabadon elmondhatja véleményét. Ennek ellenére azonban úgy tűnik, az „új” média (vagyis a közösségi internetmédiá, az ún. „webkettő”) még inkább a fogyasztói társadalom malmára hajtja a vizet, mint a „hagyományos” (ún. „print” és „broadcast”) média.

A médiaagresszió fogalmát ebben az értelemben bizonyos mértékig rokoníthatjuk a *médiamanipuláció* fogalmával, melynek szintén hatalmas szakirodalma van. A manipuláció tudatos befolyásolás, mely révén az üzenet küldője hatni kíván a befogadóra. Ez ugyan minden kommunikációs helyzetre igaz, de „a kifejezés a média világában elsősorban negatív értelemben használatos: a társadalmi tudatformálás etikai értelemben megkérdőjelezhető, olykor kifejezetten nemtelen eszközét értik rajta.”<sup>12</sup>

#### AZ AGRESSZIÓ ÉS A MANIPULÁCIÓ ESZKÖZEI A VIZUÁLIS MÉDIÁBAN

A média befolyásolásra alkalmas eszközeinek tárháza kimeríthetetlen. A legszélsőségebb eszköz a hazugság, a valótlan állítások közzététele a befogadó megtévesztése céljából. Ez – a cenzúrához és a politikai propagandához hasonlóan – inkább a totalitárius és autoriter médiamodellekre jellemző, hiszen a liberális, a közszolgálati elven alapuló vagy a demokratikus normatív modellekben a hazugság nyilvánvalóvá válása a hitelesség elvesztését vonja maga után. Utóbbi modellekben ezért gyakoribb, hogy a témaválasztással manipulálnak, (hiszen amiről nem számol be a média, az olyan, mint ha meg sem történt volna) vagy a témák nem jelentőségüknek megfelelő súlyozásával, illetve az információ szétdarabolásával, a jelenségek összefüggésekből történő kiemelésével. Kedvelt eszköz a figyelemelterelés, avagy a gumicsont módszere: ha bizonyos döntéshozók szeretnék egy-egy intézkedésről vagy eseményről elterelni a nyilvánosság figyelmét, „bedobnak” valami más, érdekesnek vagy botrányosnak látszó témát, amelyen „rágódhat” a sajtó, és míg

---

<sup>12</sup> *Film- és médiafogalmak kyszótára*. Budapest, Korona Kiadó, 2002. 260-261.

azzal vannak elfoglalva, lecseng a másik téma. Adott még a nézői a sztereotípiákra, előítéletekre alapozó ún. juxtapozíció, vagyis a kép és az azzal párhuzamosan elhangzó szöveg önkényes társítása. A rezonanciaeffektussal a média egyfajta rezgés-kényszerűt gerjeszt, amely továbbterjed más médiumokra és a közvéleményre: mivel a média formálta valóságkép sokszor összecseng a mindennapi tapasztalatokkal, a befogadó hajlamos az ismeretlen elemek elfogadására is. Az ún. főáramlat-hatás pedig valamely vélemény többségi véleményként való megjelenítését takarja: az ennek alávetett befogadó hajlamossá válik a többséginek beállított nézőponttal azonosulni még akkor is, ha az ellentmond a saját tapasztalatainak.

Az imént sorolt eszközök jól ismert, sokat vizsgált tartalmi megnyilvánulásai a médiaagresszióknak. Ezek mellett jóval kisebb hangsúlyt kapnak a kevésbé direkt, de a látásmódunkat hosszútávon befolyásoló, elsősorban a vizualításban megnyilvánuló eszközök. A médiaagresszió egyik megjelenési formája ugyanis a látás irányának és sebességének a meghatározása. A média megfosztja az egyént attól, hogy önmaga irányítsa a látását, ezáltal a figyelmét.

Természetesen az illúzióteremtés igénye egyidős a mozgóképpel, és a mozi, a filmek világa mindenki számára nyilvánvalóan és burkolatlanul irányítja a néző szemét. Ez önmagában nyilvánvalóan nem tekinthető agresszív megnyilvánulásnak, hisz a néző tisztában van vele, hogy irányítani fogják a figyelmét, azért ül le a vászon, illetve a képernyő elé. Az utóbbi egy-két évtizedben azonban jelentősen megváltoztak a médiafogyasztási szokások, a mozgóképek készítése, publikálása és élvezete életmóddá és elsődleges tapasztalatszerzési forrássá vált. Közben pedig hajlamosak vagyunk megfedkezni arról, mivel jár, ha nem mi látunk, hanem helyettünk látnak.

A média tapasztalatokat meghatározó szerepe már a XX. század elején is sokak számára nyilvánvaló volt. José Ortega Y Gasset *A tömegek lázadásában* leírja, hogy hirtelen megnövekedett a világ és benne az élet is. Arra következtetésre jut, hogy az élet ténylegesen egyetemessé vált: „az átlagember életébe tartalmilag az egész bolygónk beletartozik; és hogy minden egyén már szokásszerűen éli az egész világ életét. (...) Ha a fizika elve szerint a tárgyak ott vannak, ahol hatnak, ma a földkerekség bármely pontján megérintjük a legnagyobb mindenütt-jelenvalóságot. A távolinak ez a közelsége, a távollevőnek ez a jelenléte mesés mértékben kiterjesztette életünk látóhatárát.”<sup>13</sup> Ortega Y Gasset mindezt 1930-ban írja, ekkor már megkezdődött az ún. tömegsajtó kialakulásának időszaka, amikor (a fotó-

---

<sup>13</sup> José Ortega Y Gasset: *A tömegek lázadásában*. Fordította: Scholz László. Budapest, Nagyvilág, 2003. 66-67.



reprodukciókban is bővelkedő) újságok egyre szélesebb rétegekhez jutnak el. A televíziózás még kísérleti stádiumban van, a filmhíradó azonban virágkorát éli. Mindazonáltal az idézett gondolatokat a televíziózás, majd az ún. újmédia elterjedése méginkább szemléletessé tette: a média juttat bennünket tapasztalatokhoz, a média segít nekünk (messzire) látni.

#### A LÁTVÁNY BEFOGADÁSÁNAK MÉDIA TEREMTETTE ÚJ MÓDOZATAI

A világ fenti értelemben vett kiszélesedését a tömegmédia tette lehetővé, főként annak vizualitásra építő elemei. Az írott információ – legyen bár mégoly részletes is – az emberi fantáziát kell, hogy igénybe vegye ahhoz, hogy a távoli tárgyak a közvetlen közelünkben is megképződjenek. A fényképek, főként pedig a mozgóképfelvételek azonban élethűen, az objektivitás érzetét keltve idézik elénk azokat. A ma embere tehát kétféle módon fogadhatja be a látványt: Közvetlenül, amikor az adott jelenség ott van előtte, és azt a saját szemével látja, illetve közvetett módon, amikor a jelenség tőle távol zajlik, és a fotós, az operatőr kamerájának lencséjén át látja azt. Van-e különbség, mi lehet az utóbbi helyzet csapdája?

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

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

juk, tabletjük segítségével jártukban-keltükben bárhol. (Sőt, nem csak befogadják azokat, hanem maguk is napi rendszerességgel készítenek és publikálnak a világhálón rövidebb-hosszabb videóanyagokat, amelyek a társaikkal való kommunikáció szerves részét képezik.)

#### A LÁTÁS IRÁNYÁNAK ÉS SEBESSÉGÉNEK MÉDIA ÁLTALI MEGHATÁROZOTTSÁGA

Néhány generációval korábban az emberek vizuális értelemben sokkal ingerszegényebb környezetben éltek. Sokan azt sem tudták, milyen látvánnyal, látványosságokkal kecsegtet a szomszédos település. Saját, szűkebb környezetüket viszont bizonyos értelemben sokkal behatóbban ismerték, mint a mai ember, hiszen több idejük, energiájuk és agyi kapacitásuk maradt a részletek befogadására, az aprólékos megfigyelésekre. Ismerték a talpuk alatt lévő földet, a csillagok járását a fejük felett, számon tartották a körülöttük sarjadó növények tulajdonságait. Ismereteik testközei élményeken alapultak, tekintetüket és figyelmüket maguk irányították. A ma embere ezzel szemben más földrészek állatait is ismeri, de ezt az ismeretet a technikai eszközök közvetítik felé. Úgy lát, ahogyan azt a filmfelvételt készítő operatőr kamerájának mozgása meghatározza számára. Ükapáinknak aligha volt alkalmuk például zebrát szemlélni, de megvolt a szabadságuk, hogy eldöntsék: jobbról balra, vagy balról jobbra mérik-e végig az állatvásáron a lovat. Ha akartak, közel mentek hozzá, vagy éppen néhány lépéssel eltávolodtak. Mi, kései leszármazottak a számos természetfilmes televíziócsatorna illetve az interneten elérhető mozgóképes tartalmak révén bármilyen egzotikus állatot megismerhetünk, de csak úgy, ahogyan megmutatják nekünk. A kamera vezetői a szemünket aszerint, hogy jobbról balra „svenkel”, vagy éppen kívülről befelé „zoomol”. Nem mi irányítjuk a megfigyeléseinket, hanem a mások által diktált iramban és irányban „látunk.” Annyit, amennyi belefér a kamera látómezőjébe. Ezt figyelembe véve pedig már nem nevezhetjük egyértelműen valóságűnek és objektívnek azt a képet, amelyet egy technikai eszköz közvetít a számunkra.

Látásunk iránya mellett annak sebességét is meghatározza, megszabja a vizuális média. Mivel termékei a széles tömegek számára készülnek, nem veheti figyelembe az egyéni igényeket. A befogadó nem maga dönti el, hogy mennyi időt tölt el egy-egy tárgy szemlélésével, és mikor lép tovább a következőhöz. Nem maga dönti el, hogy milyen tempóban járhatja végig a tekintetét az adott látványelemen, hanem kénytelen alkalmazkodni a felvételt készítő gép, illetve az azt kezelő személy diktálta sebességhez. E sebesség ráadásul egyre fokozódik, hiszen naponta számtalan mozgóképes médiatartalmi egység születik világszerte és küzd meg a befogadók figyelméért. E küzdelem azt

eredményezi, hogy egyre több látnivalót, egyre több és ezáltal egyre rövidebb snittet próbálnak ezekbe belekomponálni, gyakran gyors, klip-szerű vágástechnikával, hogy a néző figyelmét biztosan lekössék, az ne érezze unalmasnak vagy vontatottnak az anyagot. Azonban hiába tesszük ki magunkat vizuális impulzusok millióinak, sem a látószerveink felépítése, sem az agyunk képközpontozásért felelős része nem változik. Minél több képi impulzust fogadunk be egységnyi idő alatt, ismereteink annál felületesebbek lesznek.

Felületes ismeretekre, részleges, hiányos, kontextusából kiemelt vagy eltorzult információkra alapozzuk tehát tapasztalataink egy jelentős részét. A kérdés az, vajon mennyire határozza meg a véleményünket, gondolkodásunkat, mindennapi döntéseinket ez a tény?

### A MÉDIA PSZEUDO-VILÁGA

Walter Lippmann már 1922-ben úgy vélte, hogy a tömegmédiákörnyezetet iktat az ember és az igazi világ közé. Ez a fajta leegyszerűsített, vulgáris, az átlagember számára felfogható és használható világ azonban *pszeudo-környezet*, amely mesterséges burokkal veszi körül az embert és betüremkedik a közösség uralkodó kultúrájának értékrendjébe, nézeteibe.<sup>14</sup> E gondolatok publikálása óta már napjaink átlagembere számára is világossá vált, hogy megkettőződött a világ. Az a valóságos környezet mellett, amely az elmúlt évezredek folyamán körülvette az embert, megjelent ez a bizonyos pszeudo-világ, amelyet ma sokan a *virtuális valóság* elnevezéssel is illetnek. (Noha e fogalom is még letisztulásra vár.) Elsőre ez utóbbi sokkal biztonságosabbnak és veszélytelenebbnek tűnik, hiszen bebarangolásához ki sem kell mozdulnunk otthonról. Ha azonban jobban megvizsgáljuk, nyilvánvaló, hogy éppúgy tele van agresszióval mint a hús-vér világ – ám ezzel a típusú agresszióval egyelőre még nem tudunk mit kezdeni.

A pszeudo-világ, a virtuális világ veszélyei nem sodornak bennünket közvetlen életveszélybe, rövid távon nem érezzük a hatásukat, ezért az olyan reakciók mint a menekülés vagy a szembeszállás – többnyire elmaradnak. Látjuk a ránk szegeződő pisztolycsövet, a felénk száguldó vonatot, az ugrásra kész, vicsorgó oroszlánt, az utcán felénk rohanó zombit, de meg sem rezzenünk, hiszen tudjuk, hogy ez csak illúzió. A játékokban meghalunk és feltámadunk, hiszen több életünk is van. A híradóban bemutatott bűncselekményekről, terrorakciókról, balesetekről ugyan tudjuk, hogy a valóságban történtek, de ezek sem érintenek meg bennünket különösebben, hiszen egy-egy nap számos

---

<sup>14</sup> Lippmann, Walter: *The World Outside and the Pictures in Our Heads*. In. *Public Opinion*. New York, Harcourt, Brace and Co. 1922.

ilyet látunk. Ösztöneink épp ezért nem súgnak semmit, nem készítetnek semmilyen válaszreakcióra. Az információszerzés, a tapasztalatszerzés és a kapcsolatépítés szempontból viszont próbáljuk erre a világra is a valós élet szabályait alkalmazni, és úgy mozogni benne, mint ha a valódiban lennénk.

Az *új médiamonopólium* című művében<sup>15</sup> Ben H. Bagdikian rámutat: „Korunkban mindenki két világban él. Az egyik a természetes, hús-vér világ, amely a Homo sapiens megjelenése óta körülveszi az embereket.” Ebben a világban az ember végtelenül összetett variációkban, szemtől szemben kerül kapcsolatba más emberi lényekkel, és e találkozások során kialakult ösztönök befolyása alatt áll. „A másik világ, amelyben napjainkban a legtöbb ember él, a tömegmédiá világ. Az emberi történelemhez mérve e világ új és szokatlan.” Bagdikian szerint az ember erre a világra is megpróbálja a hús-vér világ szabályait alkalmazni, a jelenségeket ugyanúgy kezelni, mint ha azokat a hús-vér világban tapasztalná.<sup>16</sup> Ez érthető, hiszen a média az „olyan, mintha” érzetét kelti – olyan, mintha ott lennénk a helyszínen, olyan, mintha a saját szemünkkel látnánk a dolgokat. Egy nagyon lényeges különbség azonban van: A média világában valójában nem mi látunk, hanem helyettünk látnak. Az ott szerzett tapasztalatok a közvetlen empiriával szemben csupán közvetettek, így hitelességük kétségbe vonható. E különbségeknek kell tudatosulnia ahhoz, hogy minél többekből váljék tudatos és kritikus fogyasztó, és a médiaagresszió jelensége minél szűkebb körre terjedhessen ki.

Nem szükségszerű, de a lehetősége adott, hogy különféle gazdasági, politikai érdekcsoportok egy-egy csatorna, médiafelület fölött befolyást szereznek, és érdekeiknek megfelelő látásmódot kényszerítenek fogyasztóikra. E kényszerek lehetnek enyhék és ártalmatlanok, de akár agresszívek is.

Bizonyára a tudatos médiafogyasztóvá nevelés az egyetlen lehetőség a védekezésre, hiszen néhány lázadótól eltekintve nem valószínűsíthetjük, hogy a széles tömegek a csapdahelyzetet átlátva leköltöznek a világhálóról, hogy ismét saját testükkel tapasztaljanak, saját szemükkel lássanak.

## ÖSSZEGRZÉS

A média világában barangolva szerzett tapasztalataink elsöprő többségét napjainkban vizuális úton, álló- és mozgóképek látványvilágára alapozva szerezziük. E közvetett módon begyűjtött tapasztalathalmaz mértékében

---

<sup>15</sup> Ez a mű az 1983-as *The Media Monopoly* című munka bővített, átdolgozott változata (Boston, Beacon Press, 1983.)

<sup>16</sup> Bagdikian, Ben H.: *Az új médiamonopólium*. Fordította: Müller Ákos. Budapest, CompLex Kiadó, 2012. 11.

kezdi felülmúlni a hús-vér világban szerzett közvetlen tapasztalatokat, és e tény veszélyforrást jelenthet a világról szerzett benyomások feldolgozásának, strukturálásának zavartalanságára, az önálló vélemény kialakítására, ha úgy tetszik, a gondolkodás szabadságára nézve. A befogadó figyelmének irányítása, a látás irányának és sebességének megszabása az operatóri illetve a vágói munka révén egy olyan területe a médiamanipulációnak, amely napjainkban kevés figyelmet kap. Tekintetbe véve, hogy korunk embere minden napjainak egyre nagyobb hányadában néz mozgóképeket és „lát” így, a kamera lencsésén keresztül, ezzel a jelenséggel és ennek hatásaival mindenképp érdemes foglalkozni. Nem csupán azért, mert tömegek szakadnak el a természettől és szigetelődhetnek el a valóságos élményektől, hanem azért is, mert a tapasztalatszerzés folyamata egy külső beavatkozó számára bármikor könnyedén irányíthatóvá válhat, az agresszió egy rendkívül hatásos formája előtt nyitva meg az utat. Nem elhanyagolható kérdés az sem, hogy e látásmódbeli átalakulás milyen változásokat hoz a mindennapi gondolkodásban, milyen szellemi jövőkép adathat az emberiségnek a hús-vér világ és a média teremtette pszeudo-világ kettősségében, a virtualizálódó tapasztalatok erőterében.