Hammer Ferenc

ÜZENET A KÉPEK KÖZÖTT

2002/2003-ban vizsgálatot végeztem az *RTL Klub* Fókusz című ténymagazinjának szegénységábrázolásáról. A vizuális minta elemzése során két sajátos jelentéssugalmazási módszerre bukkantam, amelyek az illető riportok megértő hangvételével szemben tesznek utalásokat a riportalanyokra. Jóllehet a bemutatott szerkesztési csínytevések nem tartoznak a szórakoztató ténymédia mindennapi eszköztárába, mégis ékesszóló módon mutatják meg, hogy a bulvártévé milyen nagy lehetőségekkel bír a bemutatott szereplők, illetve témák jellemzése során.*

Szubliminális üzenetnek az olyan üzenetet nevezik, amely a tudatos észlelés számára észrevehetetlen, ám tudattalan módon beépül a megfigyelő elméjébe. Jóllehet a népi médiaelméletek és a médiaösszesküvéseket kutató dicséretes külföldi polgári kezdeményezések kedves témája, illetve gyakorlóterepe a szubliminális üzenetek vadászata, mintám[1] vizsgálata során értelmetlen vállalkozás lett volna az efféle csínytevések kutatása, mivel a videotechnika egyszerűen nem teszi lehetővé a hagyományos értelemben vett szubliminális üzenetek elhelyezését a szövegben.[2] Szigorúan nézve a szubliminalitások keresgélése lényegében Groucho Marx klubjára emlékeztetett volna, mert ha találtam volna ilyesféle utalást, az nem lett volna immár szubliminális üzenet.

Ugyanakkor a szubliminalitásnak több változata van. A fiziológiai, azaz a tudat számára – élettani okok miatt – tudatos módon felfoghatatlan (láthatatlan) szubliminális üzenet mellett beszélhetünk ezen üzenetek egy másik típusáról is, amelyet *kontextuális szubliminalitás*nak nevezhetünk. Az eljárás lényege egy szerkesztési normaszegés. Minden műsornak, műfajnak kialakul ugyanis a tudatos-tudattalan gyakorlati normája arra nézve, hogy a valóságot hogyan, milyen szabályok szerint ábrázolja. Kontextuális szubliminalitás akkor jön létre, amikor a szerkesztés következtében a szöveg valamilyen módon eltér a műfaj vagy az adott műsor narratív-vizuális szabályrendszerétől, amely normaszegés a reklámok perszuazív technikája, az úgynevezett

---

* Lásd még a szerző „Közbeszéd és társadalmi igazságosság. A Fókusz szegénységábrázolása" című írását 2004. tavaszi számunkban – a szerk.

1 A kutatás során a brit kultúrakutatás úgynevezett revizionista iskolájának módszertanát követtem, amelynek lényege, hogy egy kulturális termék, illetve gyakorlat jelentéstartományait a szöveg, a produkció, a recepció és a szabályozás egymás kontextusaiban történő elemzése révén érdemes feltárni. A szövegelemzés egységének egy riportot tekintettem. A szövegelemzés mintáját a következő időszakokban sugárzott Fókusz, Fókusz Plusz és Fókusz Portré című műsorok alkották: 2000. április 8–18., május 8–29., december 7. – 2001. január 7., augusztus 10. – szeptember 10. Ez 89 adásnapon leadott 312 darab riportot jelent. Egy meghatározott osztályozási módszer révén 30 riportot azonosítottam szegénységriportként. Az összminta riportjairól, amelyeket az *RTL Klub* stúdiójában kazettáról néztem meg, a kódolási ismérvek alapján írásbeli jegyzeteket készítettem. Az egész minta megtekintése és kódolása után a riportok képi retorikájának elemzéséhez kilenc riportot rögzítettem számítógépen.

2 Messaris (1997: 70) szerint a televízióban használt 1/25 vagy 1/30 másodpercnyi „képhosszúság" még messze felette van annak a szintnek, amennyi idő alatt az ember csak szubliminális módon foghatja fel az üzenetet. Ráadásul a vizuális elemzés során használt egyszerű szoftver (iMovie-2) még ennél is durvább felbontást, legfeljebb tízkockánként történő ugrást tett lehetővé a számítógépen rögzített digitális videoanyagon.

részleges vagy tökéletlen szintaxis megvalósulásaként vonzza magára a néző figyelmét.[3] A jórészt tudattalanul felcsigázott nézői figyelem számára ilyenkor elég a legapróbb, a szokásos figyelem ingerküszöbét meg nem haladó láthatatlan képi-narratív utalás is ahhoz, hogy a néző elméjében beinduljon a szerkesztő kívánsága szerinti értelmezés mechanizmusa.[4] A kutatásom vizuális elemzésének mintáját képező kilenc Fókusz-riport közül kettőben akadtam efféle kontextuális szubliminális üzenetre.

Kontextuális szubliminalitás I.: A hulladék

A kereskedelmi televíziókban az operatőrök érthető okokból kerülik, hogy a felvételek során márkanevek, cégnevek, valamely márkához egyértelműen kötődő termékek vagy egyéb kommerciális vonatkozással rendelkező jelek (beszélt vagy írott szövegek, szignálok, logók, képek, tárgyak stb.) jelenjenek meg a kamerával rögzített anyagban (hacsak nem a *product placement* tiszteletre méltó esete forog fenn). E szabály szemmel láthatóan érvényesül a Fókusz képein is, ahol szinte sosem jelennek meg efféle kereskedelmi utalások. Az abonyi asszony történetét feldolgozó riportban például a következő apró baleset történik a riport végén, amikor a hajléktalan asszony bemegy az oltalmul szolgáló vasúti váróba:



(1) A váróterem ajtajára összpontosító kamera látómezejébe több mint egy teljes másodpercig bekerül egy sárga színű cégtábla, melyen az ABC – Áfész – HÁRY SÖRÖZŐ felirat látható.



(2) Az operatőr lebillenti a kamerát, hogy eltűnjön a sárga cégtábla.



(3) Majd ebben az expozícióban a cégtábla, biztonságos (azaz nem olvasható) távolságba kerülve, ártalmatlan sárga foltként ismét megjelenhet a képen.

[3] E szerkesztési eljáráson alapulnak az utóbbi években Magyarországon is elterjedt – szakemberek szerint jó hatásfokkal működő – „érthetetlen" reklámok.

[4] Egy érdekes evolúciós elképzelés szerint a különbségek, a szokásostól való eltérés, illetve a normaszegést definiáló határvonal figyelése az evolúció során kialakult ösztönünkké vált (Ragó Anett szíves közlése).

A kontextuális szubliminális utalás alapját szolgáló szabály esetünkben az, hogy cégtábla lehetőleg ne bukkanjon fel olvasható távolságban, amely szabályt – úgy gondolom – híven illusztrálta az abonyi riportból származó képsor. Ehhez képest a nőgyógyászati balszerencse révén ikergyermekekkel megajándékozott budapesti házaspár története végén egy talányos képi utalás tanúi lehettek a nézők. A házaspárról a riport korábbi szakaszában megtudhattuk, hogy a nő 23 éves, később azt, hogy „párjával" nyolc éve élnek együtt (számolunk, ugye?), továbbá azt, hogy három gyermekük mellé egy balul sikerült sterilizálási beavatkozás révén érkezett egy ikerpár. Megtudhattuk azt is, hogy a héttagú család egy 28 négyzetméteres szükséglakásban él, a férfi munkanélküli, és havi 60 000 forintból kell megélnie a családnak – egyre nehezebben, ugyanis a műsorvezető, Batiz András felvezetéséből emlékezhetünk, hogy a családnak fogy a pénze. A riport alapvető tónusa a narratíva tanúsága szerint mégis egyértelműen az, hogy a nem várt terhesség mint balszerencse, azaz a „kezdeti pánik" után most, a maga módján harmóniában él a budapesti család. A riport utolsó másodperceiben, miközben Papp Gergely háttérnarrációját hallhatjuk arról, hogy jóllehet elvágták a nő petevezetékét, „még ennél a maximálisan biztonságosnak hitt fogamzásgátló módszernél sem lehet teljes a nyugalom",[5] a család látható, amint békésen sétál hazafelé a játszótérről.[6]



(4) SFÉM
TCR: 00:20:09:10



(5) PAPÍR ÉS SZÍNESFÉM
TCR: 00:20:12:04



(6) PAPÍR ÉS SZÍNESFÉM
TCR: 00:20:13:11



(7) *White trash*
TCR: 00:20:14:02

[5] A nyugalom teljes lehet (Dr. Hernold László orvos szíves közlése).

[6] A képfeliratok alatti szám (*Time Code Recorded*, TCR) mutatja a képek egymáshoz képesti időbeni távolságát: óra, perc, másodperc, 1/25 másodperc (a másodpercen belül hányadik képkocka).

Összefoglalva a látottakat: a sok problémával küzdő, ám azért derekasan helytálló ifjú pár bandukol hazafelé, besétálnak a kamera elé, és alig tesznek meg öt lépést, nézők százezreinek tudatában villan fel a szemét, a hasznavehetetlenség, a hulladék képzettársítása, mert a képernyőn megjelenik egy hulladékgyűjtő vállalkozás cégtáblája, majd csaknem négy (!) másodpercig ott is marad. A négyből az utolsó másodperc alatt csak a nő eltűnő pulóverét, majd semmi mást, csak a táblát lehet látni. Egy négy másodperces utalás elvileg csak egy dinoszaurusz számára lehet szubliminális; egy – különben a cégtáblákat gondosan kerülő – három-négy perces riportokból álló műsorban egy hulladékgyűjtő cégtábláján való négy másodperces időzés még a végtelennél is hosszabb idő. A hulladék képei gyakorta jelennek meg a Fókusz szegénységriportjaiban. Azonban a földön heverő rongyok vagy a szanaszét heverő rozsdás vasdarabok képe más poétikai munkát végez, mint egy teljesen átlagos cégtábla képe egy mellékutcában. A fizikai dezintegráció képei „a-dolog-ahogy-van" jellegű reprezentációk, vagy ahogy John Berger mondja: „A fényképek nem a megjelenő dolgok fordításai. A fényképek idézik e dolgokat" (idézi Ball & Smith, 1992: 16). Mint képi idézetek, az összetört tárgyak sokszor ékesszóló illusztrációi a Fókusz-riportoknak. A félbetört oszlop a sírkertekben a váratlan megszakadásra utaló „derékba tört élet" szókép háromdimenziós megjelenítése, azaz tárgyi metafora, a rongyos csövesnadrág (az 1980-as években) a csöves liminális *communitas*ára utaló tárgyi szinekdoché.

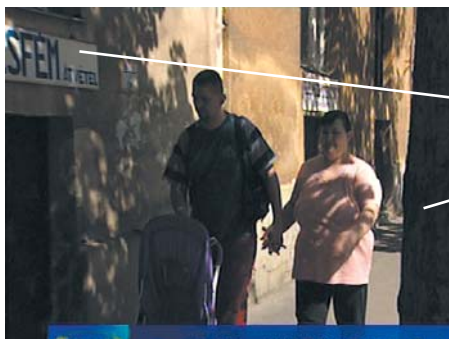
Azonban a cégtáblán olvasható „PAPÍR ÉS SZÍNESFÉM" felirat nem csupán a kép része, hanem az indexikus reprezentációhoz képest fogalmi absztrakció. Egy felirat, amely – a cégtábla felbukkanása és négy másodperces (!) megjelenítése révén keltett öntudatlan meghökkenés katalizáló hatásával megsegítve – hasonló transzformációt hajt végre a képeken látható embereken, mint amikor Simon halász a Péter (kőszikla) nevet kapja. A megnevezés rítusai során megfigyelhető jelenséghez hasonlóan a megnevezés ezúttal is egy programot, ha tetszik, sorsot vázol fel. A „PAPÍR ÉS SZÍNESFÉM" felirat „cselekvése" következtében az esendő, de névvel bíró emberekből megnevezett hulladék válik a képeken (majd távoznak balra el), miközben a metamorfózist megvalósító felirat is banális cégtáblából írásként megjelenő cselekvő autoritássá alakul át. Ezen elgondolás tükrében talán nem véletlen, hogy a képeken a „PAPÍR ÉS SZÍNESFÉM" felirat éppen a jobb felső képnegyed alsó részén látható, amely a közismert tradíció szerint a tekintély ábrázolásának helye a négyszögletes formájú információhordozókon. Ezt a szabályt a Fókusz operatőrei is híven követik a hatalom vagy a szakértelem képi ábrázolásakor:



(8) Gazdasági vezető (9) Papír és színesfém (10) Tisztiorvos (11) Polgármester

Felmerülhet, hogy a hulladékgyűjtő cégtáblája valamely fatális véletlen révén került a képernyőre (és maradt ott négy másodpercig). Azonban ha belepillantunk az elemzett képsort megelőző képekbe, akkor fájdalom, de búcsút kell mondanunk e némi reménnyel kecsegtető elképzelésnek is. Érdemes szemügyre venni a két kép következő jellemzőit:

- a színes vonalak által összekötött tárgyak a képeken ugyanazokat a dolgokat jelölik (a hulladékgyűjtő cégtáblája és az üzlet előtti fa);
- míg a bal oldali képen barnás ház felől jönnek a szürkés ház mellett, a jobb oldali képen a barnás ház mellett haladva mennek a szürkés ház felé;
- mindkét kép alján látható a kék csík (a képen nem látható felirattal: „Riporter: Papp Gergely");
- a képek alatti TCR-számok.



(12) *TCR: 00:20:09:10*



(13) *TCR: 00:20:09:06*

A két kép közül a jobb oldali készült elsőként, míg a bal szélső másodikként (mint azt mutatják a TCR-számok). A két kép a távolodó és a közeledő képsort elválasztó vágást megelőző és követő képkocka. Tekintettel arra, hogy a Fókusz-stábok egy kamerát használnak a riportok felvételekor, a képkockák által megjelenített képsor nem készülhetett másként, mint hogy hátulról vették a távolodó családot, megállították őket, az operatőr előrement a kamerával a hulladékgyűjtő bejárata elé, majd hidegvérrel elsétáltatta a családot a „PAPÍR ÉS SZÍNESFÉM" felirat előtt. Úgy vélem, ehhez az eljáráshoz egyszerűen fölösleges bármilyen további megjegyzést hozzáfűzni.

Kontextuális szubliminalitás II.: Út a semmibe

Megismételve a fenti meghatározásomat, a kontextuális szubliminális utalást mindig egy képi-narratív szerkesztési normaszegés készíti elő. Ez a felfokozott figyelem középpontjába helyez egy hétköznapi látványt vagy állítást, amely különben nemigen keltené fel a néző érdeklődését. Az egyébként „ártatlan" képi vagy beszélt utalás ebben a helyzetben – banalitása miatt – észrevehetetlen módon juttatja el a szerkesztők által meghatározott üzenetet a nézőkhöz. Míg az előző esetben a megszegett norma az volt, hogy a Fókusz nem mutat cégtáblákat vagy más kereskedelmi jelentéshordozókat, jelen esetben a megszegett szabály egy sajátos kameramozgatási gyakorlat. A Fókusz vizuális stílusa – jóllehet ismert stíluselemekből épül fel – mára önmagában képezi a produkció *brand*jének részét. E stílusvilág része a *cinema verité*ben gyökerező,

meglehetősen zaklatott képvilágot létrehozó kamerahasználat, amelyet az amerikai és az angol *reality tabloid*, illetve más megfontolásokból a *Music Television* tett iparszerű gyakorlattá. E kamerahasználati kánon egyik eleme az, amikor az operatőr a vállára (vagy térdmagasságba) helyezett kamerával gyalogol a riport egyik helyszínéről a másikra. Az így létrejött vizuális utalás több az egyszerű pásztázásnál (azaz amikor a kamera azt „mondja": *ilyen itt*). A kamera határozott haladása mindig valamilyen eseményt vagy legalábbis fontos megmutatnivalót ígér a nézőnek; a sétáló kamera időbeliséget ad a kompozíciónak. Esetünkben a szabály ezúttal tehát az, hogy ha azt látjuk, a kamera 10–15 métert megy előre (befordul stb.), akkor valaminek történnie kell, vagy valami fontosnak kell látszania.

2000 tavaszán a Fókusz több riportot is szentelt az akkori árvíz által sújtott emberi sorsok bemutatásának. Egyik riportja egy tisza…i család nehéz helyzetéről szólt. Lakóházuk megrongálódott és lakhatatlanná vált az árvíz következtében. Az önkormányzat segítséget kívánt nyújtani, de ennek az lett volna a feltétele, hogy a család átmenetileg költözzön szét (különféle települések szociális menhelyeire). A riport szerint a család nem tudja, mit csináljon, ám tagjai ahhoz ragaszkodnak, hogy együtt maradjanak, így viszont házuk ügye nem juthat egyről a kettőre. A riport utolsó 10–15 másodperce során a kamera követi a nagymamát, amint bemegy a házba. Az utolsó néhány másodperc eseményei a következők (a képek alatt olvasható a háttérnarráció):



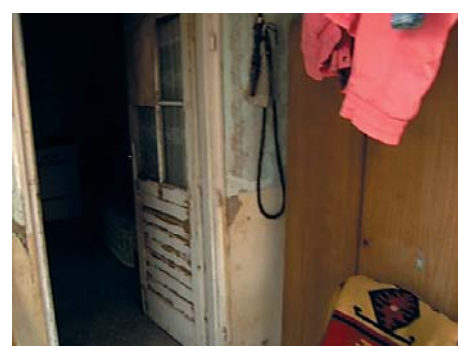
(14) [A kamera elindul]



(15) …[a házat] le kell bontani. R…ék tudomásul veszik ugyan a szomorú…



(16) …tényeket, mégis bíznak abban, ahogy ők mondják: majd csak lesz valahogy



(17) (Csend)



(18) (Csend. Már 1,5 másodperce.)



(19) BANG.

A riport első látásra a közszolgálati tónushoz közelítő társadalomriport, hiszen konkrét emberi sorsokon, hétköznapi élethelyzeteken keresztül mutatja meg az országnak, mit is jelent a mindennapi ember számára az a természeti katasztrófa, amellyel az ország lakóinak túlnyomó része csak a média híradásaiban szokott találkozni. Dicséretes módon nem katasztrófa sújtotta privát-Robinsonként, hanem bajban lévő, állami szolgáltatásokra jogosult állampolgárként mutatja be a családot a riport. Ugyan a Fókusz általános stílusa szempontjából kifogásolható lehet az a könnyedség, ahogy a produkció szorult helyzetben lévő embereket különféle illusztratív helyzetgyakorlatok elvégzésére rábír – és az operatőr itt is hódol kedves szenvedélyeinek, a békaperspektívás kameramozgatásnak és a fazékba kukkantásnak –, a riport mégis tömör, kicsit talán alulszerkesztett, de mégis plasztikusan mutatja be a család dilemmáját: együtt maradni vagy együttműködni (az önkormányzattal). Mígnem – mint arról a képkockák tanúskodnak – a kamera nekilódul, az asszonyt követve megkerüli a fél házat, belép az előszobába, az asszony kilép a képből, a kamera befordul balra. Mindeközben elhangzik az a mondat, amelyet mindegyikünk hetente többször is kimond: „majd csak lesz valahogy". A kamera eközben elindul egy szoba felé, amelyben sötétség tátong, majd másfél másodpercig láthatjuk a nyitott ajtót és mögötte a sötétséget. Snitt, és a következő pillanatban a csendet a Fókusz rakétasuhanásra emlékeztető zajjal induló impulzív szignálja töri meg, majd a képernyőn nagy villanással feltűnik a produkció rohanó logója. A kamera nagy dérrel-dúrral való nekifutása egy sötét szobának, úgy gondolom, meglehetősen szokatlan kameravezetési eljárás – hacsak nem azt a célt szolgálta, hogy megfelelő kognitív-percepciós hátteret biztosítson a narráció záró szavainak: „ahogy ők [az R…-család] mondják: majd csak lesz valahogy". A narráció és a meghökkentő kameramanőver együttműködése révén létrejött sugallat után nem lehet kétségünk afelől, hogy a riport mit gondol arról, hogyan is lesz az a valahogy. Úgy gondolom, egy televíziós produkciónak lehetnek nézetei a szorult helyzetben lévő embereket megbéklyózó fatalizmusról, ám az kérdéses, hogy ezt az állásfoglalást a riport utolsó három másodperce alatt kell-e egy reklámtechnikai trükk segítségével a nézők tudomására hozni.

A kontextuális szubliminalitás e két példája két szempontból is vitára invitálhatja az olvasót. Az első eset valószínűleg az operatőr *ad hoc*, intuíciótól vezérelt buta tréfájaként indult, amelyre mondhatja valaki, hogy egy ilyen morális, azaz szakmai botlásból nem érdemes ekkora ügyet csinálni. Azonban arra, hogy ez a förtelmes képsor megjelenhessen este negyed nyolc körül mintegy nyolcszázezer képernyőn, igent kellett mondania még legalább két, de inkább három szakembernek: a szerkesztőriporternek, az adás heti főszerkesztőjének és a Fókusz főszerkesztőjének. A felháborító „hulladék"-utalás az egész produkció közös szégyene.

A második esetben kritikusaim azt róhatják fel az ábrázolás etikailag vitatható eszközére rámutató elemzésemnek, hogy végül is a riportnak miért ne lehetne valamilyen állásfoglalása az illető esettel kapcsolatban, hiszen nem kizárólag egy család magántragédiáját összegezte a beszámoló, hanem az önkormányzat segítő próbálkozásainak bemutatása révén valójában egy közügyről tudósított, amelyről egy produkció is kialakíthatja a véleményét, jelen esetben alkalmasint azt, hogy lám-lám, segíteni sem könnyű. Ez rendben is lett volna, ha a riporter szóban fogalmaz meg egy kérdést – amelyre esetleg válaszolhatott volna a kérdezett. Ehelyett azonban egyesített képi-narrációs ítélet hangzik el a riport befejezéseként (a végén nagy csattanással), amely egyesített képi-narrációs argumentummal szemben az a legfőbb kivetnivaló, hogy drámai képiségénél fogva részlegesen kivonja magát a kritikai értelem érvénye alól: nem kimondva fogalmaz meg állítást.

Vitathatatlan, hogy a fentiekben elemzett, vizuális módon elkövetett két kegyetlenkedés inkább kivételt képez a Fókusz szerkesztési gyakorlatát illetően, mintsem szabályt. Egyszerűen szólva: úgy tűnik, hogy jóllehet olykor születnek a fentiekhez hasonló, olajozottan működő gonosz képzettársítások a Fókusz riportjaiban, ezek valószínűleg *ad hoc* döntések következményei, mivel a riportgyártás nagyüzeme – gondoljuk el, hogy hetente 20–25 riportnak kell a képernyőn megjelennie – nemigen tesz lehetővé efféle diabolikus ötletekkel való kísérletezést. A szubliminalitással kapcsolatban általában John Gruennek (Ogilvy & Mather) a reklámokkal kapcsolatos megjegyzését tartom meggyőzőnek:

> „Még az olyan nyilvánvaló üzenetek is éppen elég nehézkesen mennek át, hogy »az ízletes zabpehely ropogós«. Szándékosan homályos üzeneteket egyszerűen ostobaság készíteni" (idézi Paul Messaris, 1997: 71–72).

Talán még ennél is fontosabb, hogy a riportok elkészítése során a produkció kezében hatékony eszközök vannak (a riporter jelenléte és kérdései, a kamerahasználat, a vágás és mindenekelőtt a narráció), ugyanakkor az interjúalanyoknak csekély lehetőségük van arra, hogy befolyásolják a végtermék, azaz a riport jelentését. Az efféle furmányos kompozíciós eljárások így szinte felesleges erőfeszítések tekinthetők; a *sound bite*-megjelenítéssel majdhogynem azt mond el a produkció, amit akar. A Fókusz teljesítményét mint média- és társadalomelméleti problémát, illetve mint médiaszabályozási kérdést nem az efféle kétes erkölcsű szerkesztői bravúrok, hanem a „rendes üzletmenet" mindennapi tevékenysége alapján érdemes értékelni.

Hivatkozások

Ball, M. S. & Smith, G. W. H. (1992) *Analyzing Visual Data.* Newbury Park, London, New Delhi: SAGE Publications.

Hammer, Ferenc (2004/a)?Szegregált világok a Fókuszban. *Metropolis,* 2. szám.

Hammer, Ferenc (2004/b) A szegénység tévés ábrázolása és a társadalmi igazságosság. *Beszélő,* 5. szám.

Hammer, Ferenc (2004/c) ?Közbeszéd és társadalmi igazságosság. *Médiakutató,* 2. szám.

Messaris, P. (1997) *Visual Persuasion. The Role of Images in Advertising.* Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE Publications.

A tanulmányban bemutatott képi és szöveges Fókusz-idézetek forrása

1. sz. riport: Fókusz, 2000. április 4. Kép: 8
2. sz. riport: Fókusz, 2000. április 11. Képek: 11, 14–19
7. sz. riport: Fókusz, 2000. május 12. Képek: 1–3
8. sz. riport: Fókusz, 2000. május 15. Képek: 4–7, 9, 12, 13
9. sz. riport: Fókusz, 2000. május 18. Kép: 10