

# Fényképaktusok

Amatőrképek a rendszerváltás előtt és után\*

Gayer Zoltán

## Kezükbe adtuk a gépet

Sokak számára ismerős helyzet az, amikor turisták megkérnek valakit, hogy fényképezze le őket. Ilyenkor a fényképező városlakóban nemritkán olyan gondolatok is megfogalmazódnak, melyeket az elkészítendő kép témája, a turista kinézete és a fotóapparátus paramétereit váltanak ki. Ezeket a gondolatokat persze megtartja magának. *De vajon belevisszük-e gondolatainkat, véleményünket, és tágabban: értékeinket, vágyainkat a másokról készített képbe?*

Egy kísérletben budapesti járókelőket kértünk föl arra, készítsenek rólunk képet különböző helyszíneken. Térképpel a kezünkben vélhetően turistáknak néztek minket, s mivel magyarul beszéltünk, valószínűleg magyar turistáknak.<sup>1</sup> Abból indultunk ki, hogy a fotózásra megkért emberek pontosan teljesítik a kérésünket, azaz oly módon fényképeznek le minket, ahogyan a gépet a kezükbe adjuk. Ezzel szemben azt tapasztaltuk, hogy a megkért személyek az esetek mintegy felében végül nem azt a képet készítették el, amelyre a felkérés vo-



\* Az írás a Wessely Anna és Dessewffy Tibor vezetésével folyó Kelet-európai Kultúrakutatás részeként készült el. A vizsgálat sorozat középpontjában a bevásárló turizmus kulturális mozzanatait sem nélkülöző jelensége állt. Itt szeretnék köszönetet mondani Forgács Péternek és a Magyarországi Privát Fotó Archívumnak a kutatás támogatásáért, Kardos Sándornak segítségéért és a Kodolányi János Főiskola azon hallgatóinak, akik az interjú elkészítésében részt vettek.

<sup>1</sup> Ezt a kísérletet Bugner Szilviával közösen végeztük el.

natkozott. A képek végső formájába apró változtatásokkal maguk a fényképezők is beleszóltak. Az előhívott fotók és a fényképezésre megkért személyek megjegyzései alapján úgy tűnik, *különös jelentőséggel bír a képek háttere* – vagyis az a tárgy, tájkép, amely elé a lefényképezett beáll. A megkérteket alapvetően két szempont vezette. Fontosnak tartották, hogy jó megvilágításban legyünk, ami itt annyit jelentett, hogy a napra álljunk, másrészt pedig – mint említettem, a



1. kép

helyzetek közel felében – a képek készítői nem tartották megfelelőnek az általunk választott háttérrel, s ezért arrébb tereltek, „megfelelőbb” hátterek elé. Legtöbbször például nem voltak hajlandók lefényképezni minket szakadozó óriásplakátok vagy építkezéshez tartozó konténernek előtt, ilyenkor megpróbálták a helyben elérhető legjobb háttér elé beterelni (pl. a Vörösmarty téri *Gerbeaud* elé, a Bazilika melletti építkezésnél a Bazilika épülete elé stb.). Amikor a közelben többféle háttér is elérhető volt, a városképileg díszesebbet választották (pl. a Fővám térnél a *Burger King* étterem helyett a Vásárcsarnokot).

A kísérletből annyi tehát kitűnt, hogy a fényképezők számára a háttér kifejezetten fontos, nem lehet „akárhol” képet készíteni.<sup>2</sup> Turistafényképeinken mi magunk is (véltetően a tisztelt olvasóval együtt) különféle – néha furcsának tűnő – hátterek előtt mutatkozunk. A kísérlet alapján fölmerül a kérdés: ha a háttér olyan jelentős, hogy a másokról készített képbe

íratlan szabályokat viszünk bele, vajon milyen rendszer alapján választjuk ki saját képeink témáit, milyen tárgyak, személyek elé, mellé állunk be fényképeinken? E dolgozat témáját a rendszerváltás előtt nyugati turistautakon készített amatőrképek szolgáltatják, melyeken már ránézésre is átűt a hátterek mássága. A tanulmányban megpróbálom értelmezni a fényképek – és főképp a háttérválasztás – jelentését, úgy, hogy az amatőr turistaképekről szó-



2. kép

2 Ezzel kapcsolatban lásd Bourdieu tanulmányát (Bourdieu 1990).



3. kép

nek-e ma olyan fényképek, amelyeken a szereplő boltok, kirakatok vagy – mint ezen a képen – narancs és banán „társaságában” mutatkozik? A második képen látható férfi szintén olyan téma elé áll be (gépkocsisalon előtt elhelyezett piros autóra támaszkodva), amely manapság nemigen kurrens; ilyen háttér előtt ma már ritkábban készítenek fényképet magyar turisták nyugati utakon. Mit jelentenek ezek a képek? Miért készült olyan sok fénykép különböző automaták közelében (bankomatok, fénykép-automaták [17. kép], cigarettautomaták [16. kép]), mi okból készültek a bolti kirakatok, gyorséttermek elé beálló turisták képei (3. kép), az utcán, parkolóban, autósalonok közelében lekapott „autós”, „motoros” fotók vagy akár a buszról (4. kép), a határátkelőkről (5. kép), repülőkről és repülőterekről szóló „beállós” fényképek stb.?

A hátteret vélhetően valamilyen szimbolikus hozama alapján választja ki az utazó (lásd Bourdieu 1990: 36); Paul Almásy szerint pedig a fényképek a társadalomban elfoglalt pozícióink-



4. kép

ló megállapítások az amatőr fényképek általános megértéséhez is hozzájáruljanak.

A rendszerváltás előtt a magyar turisták nyugati országokban készített fényképei – a fényképezés „hagyományos” témái mellett (pl. híres épületek, műtárgyak stb. előtt készített fotók) – számos jellegzetességgel bírnak.<sup>3</sup> Vessünk egy pillantást például az első fényképre. A fotón látható nő egy játékbolt és egy zöldséges stand előtt állva fordul büszkén az őt éppen fényképező – s a későbbi néző – felé. Vajon készül-

3 Az elemzés alapját képező negyven interjú a székesfehérvári Kodolányi János Főiskola kommunikáció és tanár szakos hallgatói készítették: Horváth Tünde, Braun Gabriella, Fábik Beáta, Terbe Krisztina, Schmander Tünde, Németh Beáta, Szili Edina, Balassa Judit, Szemerei Zoltán, Kiss Orsolya, Udvaros Rita, Malina Mariann és Gáspár Györgyi.

A *Magyarországi Privát Fotó Archivumban* mintegy négyszáz olyan, turizmus témájú képet tekintettünk meg, amelyet a rendszerváltás előtt készítettek. Kardos Sándor *Horus archívumában* is sikerült átnézni csaknem száz, szintén a turizmussal kapcsolatos képet. Példáinkat a fotóarchívumok és az interjúk nyújtották.

ról is szólnak (Almásy 1990). Vilém Flusser is azt mondja egy interjújában,<sup>4</sup> hogy a kép mint jelentő felület kódok szerint elrendezett szimbólumokat tartalmaz. Vajon milyen szimbolikus hozama van a képen látható zöldséges standnak, a gépkocsinak vagy annak a szórakozóhelynek, ahol mások töltik estjeiket, a banképületnek, ahol mások forgatják pénzüket? Egészen bizonyos, hogy a képek tartalma összefüggésben van a szocialista országokat jellemző hiányjelenséggel s



5. kép

azokkal a stratégiákkal is, amelyekkel a szocialista állampolgár megpróbálta pótolni a hiányt.<sup>5</sup> Ahhoz azonban, hogy értelmezni tudjuk a képeket, először is tisztázni kell, hogyan válik a kép jelentővé, mit nevezhetünk a kép jelentésének.

## Kép és jelentés

Amikor fényképek jelentéseit kutatjuk, általában két fontos problémába ütközünk. Roland Barthes szerint a fotó kód nélküli üzenet, helyesebben: folyamatos, megszakítatlan „kódkódból” áll (Barthes 1984). Ugyanakkor Barthes rámutat arra is, hogy a fénykép jelentéseit fűrkészve legalább kétféle „üzenetet” különböztethetünk meg: a denotált, azaz a kódotlan ikonikus üzenetet és a konnotált, vagyis kódolt ikonikus üzenetet (Barthes 1984). Az előtűnk heverő képnek (legyen ez például az előbb említett, zöldséges stand előtt álló nő képe) van egyrészt egy „szó szerinti” üzenete: látunk egy nőt, a háttérben narancsot, banánt, egy boltot – ezeket a jeleket úgymond antropológiailag megtanult képességek alapján látjuk. Ez a kép denotált üzenete, vagy Erwin Panofsky terminológiájában (lásd Wessely 1986) a kép természetes értelme. Emellett létezik a kép jeleinek egy kulturális kötődésű csoportja is, hogy tudniillik a háttérben látható bolt nem Magyarországon van, hanem valahol „nyugaton” (mondjuk, Ausztriában), és a kép nem ma, hanem nagyjából a nyolcvanas években készülhetett – ami a kép másodlagos vagy konvencionális jelentése. A képből még az is kiolvasható, hogy a nő büszke arra, hogy a narancsot ilyen „szabadon” tudta (volna) megvásárolni, illetve, hogy akkoriban Magyarországon (valószínűleg) hiánycikk volt a narancs – ami a kép benső értelme vagy tartalma (Panofsky). Ez utóbbi jelentéseket – mondjuk így – kulturálisan vagyunk képesek látni, ez a kép konnotált üzenete. A konnotált üzenet mindig poliszémikus, azaz a képnek nem csak egy, hanem több olvasata is lehetséges<sup>6</sup> (bizonyosan

4 Lásd az összeállításunkban közölt Flusser-interjút.

5 A számos stratégia közül Dessewffy Tibor és Hammer Ferenc példája: a cigarettamárkák szűk választékát a dohányosok a márkán belüli különbségtétellel kompenzálták (Dessewffy és Hammer 1997). Többek szerint a pécsi szofi volt a legjobb, majd a debreceni és az egri szofi következett. Ugyanilyen hiánypótlás volt például a nagyobb réztartalmú kétforintosok gyűjtése, nyugati áruházi katalógusok beszerzése stb.

6 Erről lásd a blokkban közölt interjút Vilém Flusserrel.

mást jelent például annak, aki még nem állt órákig sorba narancsért vagy banánért, mint annak, aki töltötte már ilyesmivel az idejét).

A képekkel kapcsolatos másik fontos nehézség az, hogy a fénykép – a portréfestményekhez hasonlóan – úgy állít, hogy homályban hagyja az állítást tevő kilétét. Ki az, aki az adott (konnotált, benső) jelentést a képbe „beleviszi”? A fényképező személy, aki lehet, hogy pusztán egy *ad hoc* felkérés révén vált képkészítővé,<sup>7</sup> vagy az az ember, aki a képen szerepel, vagy csupán maga az „olvasó”? Ez a bizonytalanság elkülöníti a fényképeket más alkotásoktól (regény, esszé, festmény, zene, film, újságcikk), és nyilván magyarázatot ad a fénykép művészetként való elismertetésének nehézségeire is. A jelen írás szempontjából azonban inkább az a lényeges, hogy ilyen körülmények közepette kifejezetten nehéz bármit is állítani a fényképek jelentéseiről, mert nem nyilvánvaló, hogy a (ki)jelentést ki teszi meg. Itt érdemes utalni Peternák Miklós fényképpel kapcsolatos felfogására (Peternák 1993). Szerinte minden *fénykép* elsődleges *üzenete az a kapcsolat*, amely a fényképezés pillanatában a készítő és a lefényképezett (személy) között áll fenn. Ha abba a helyiségbe, melyben a tisztelt olvasó most épp ezt a szöveget olvassa, hirtelen belépne egy fényképész, és fényképezésbe kezdene, akkor – a hely jellegétől és a fotóstól függően – az olvasó reakciójának (e lehetetlen) helyzetre még fizikailag észlelhető jelei is lennének az elkészült képen. Grimaszolna, eldobná ezt az olvasmányt, és elővonná kedvenc klasszikusát, mosolyogna stb., azaz *a lefényképezett helyzet megváltoznék*, helyébe ez az új (kierőszakolt) viszony lépne, a fényképről tehát elsősorban ezt a viszonyt lehetne leolvasni. A zöldéséges stand előtt álló nő már nem a narancsot nézegeti, nem vásárol, mint – talán – tette azt addig, hanem férje felé fordulva arrébb lép, hogy a gyümölcs és a kirakat is látszódjék, megigazítja a haját, ruháját stb. Valószínűleg majdnem minden fényképkészítési helyzet ilyen jellegű.

Úgy gondolom, hogy Alfred Schütz fenomenológiája (Schütz 1984) nyújtja a legjobb alapot ahhoz, hogy a peternáki értelemben vett *kapcsolaton* alapuló fényképek jelentéseit megérthessük. *A magánjellegű képek az egyén életrajzilag meghatározott helyzetére, életrajzi horizontjaira utalnak*. Az életrajzi helyzet Schütznél mindig öndefiníció kérdése (Schütz 1984: 178–191), a fénykép pedig ennek az öndefiníálásnak a lenyomata. Így megérthetők azok a képek is, amelyekben az ember éppen nem olyan körülmények között fényképezeti önmagát, melyekre büszke. Például az a fiatal, aki az Eiffel-torony előtt készült fényképen grimaszolva ábrázol(tat)ja magát, egy olyan kulturális horizontot jelöl ki önmagának, amelyben a „szent helyek” előtti fényképezés megkopott cselekvés. Ebből a perspektívából nézve megérthetjük azt is, hogy az emberek miért változtatják meg viselkedésüket a kamera jelenlétében, azaz miért jogos úgy beszélni a képekről, mint egy kapcsolat megjelenítőiről. A kamera előtti viselkedésváltozást az magyarázza, hogy a lefényképezendő személy a fényképezési aktus pillanatára kilép saját, életrajzilag meghatározott helyzetéből, és a nézőpontok kölcsönösségének generáltézisével (Schütz 1984) megpróbálja a közelebről meg nem határozható másik szemszögéből nézni önmagát.

Az 1. képen látható nő például a zöldéséges stand és a játékbolt kirakatában való elmerült nézelődést fölváltotta egy, a fényképező és a későbbi néző felé forduló pozícióval. Ez biztosítja számára az eszményítés lehetőségét, hiszen az esetlegesség, a spontaneitás – mint Almásy érvel (Almásy 1990) – a presztízvesztés kockázatával jár. A szereplő a másik értékeinek megfelelően és legjobb szociális énjét mutatva próbál viselkedni. A nő azok értékei szerint viselkedik – például azért fordul a gép felé –, akik vélhetően e kép nézői lesznek (mások, más társadalmi csoportba tartozók talán éppen a kamera felé fordulást kerülnék el, ha nem éppen a bolt előtti fényképezkedést magát). Ebben az értelemben *a fénykép* külön-

---

7 Lásd a bevezetőben említett kísérletet.

leges *kommunikáció*. Különleges, mert „nyitottabb mű”, mint például az írás, ugyanis a fénykép folyamatos, megszakítatlan kódokból áll, vagy Vilém Flusser kifejezésével a szétterülő, szinkron információt a néző olvasata teszi diakronná. Ugyanakkor a képek legtöbbször átmeny egy, a fényképező, illetve a szereplő által nem ellenőrizhető ponton is: az előhívóhelyen.<sup>8</sup> A képek nyitottsága teszi lehetővé, hogy az *ellenőrzésünk alól kicsúszott képek* más kontextusba kerülve az általunk szándékoltól merőben eltérő jelentéseket is alátámasszanak, legitimáljanak. Például a Ford Sierrára támaszkodó nő képe (6. kép) kétféle kiadványban, két, egymásnak ellentmondó narratívát is kiszolgálhatott volna: „A magyarok között is népszerű a Ford legújabb típusa”, vagy: „A népi demokrácia ellenségei: hedonista disszidens magyar az NSZK-ban”. A fénykép „különleges” kommunikáció, mert míg a kommunikációs aktus feladója a fényképező személy, a közlést befolyásolja a fénykép (illetve a rajta szereplő személy), vagyis a csatorna is, miközben nem lehet pontosan meghatározni a vevők körét, társadalmi csoportját (bár lehet rá jó tippeket tenni). A fentebb említett szituációban – amikor az olvasó mellett hirtelen megjelenik egy fotós – tehát azzal magyarázhatjuk az eredeti helyzet megváltozását, hogy a lefényképezendő személy megpróbálja úgy alakítani a róla készülő képet, hogy az egy közelebről meg nem határozható csoport szemszögéből nézve is elfogadható legyen (vagy éppen elfogadhatatlan, lásd gúnyolódós képek). Ha a lefényképezendő ember tud róla, hogy fotózzák, mindig beindulnak ezek az olykor csupán csekély változásokkal járó kommunikációs folyamatok. Ez lehet az egyik oka annak, hogy mi, fényképnézők, különösen kedveljük az ellesett fényképeket, mivel azok hitelesen ábrázolják a lefényképezettek világát, hiszen ezeket a fényképeket nem kommunikációként olvassuk. A magánjellegű képeken tehát az egyén élettrajzi helyzetének definíciója, illetve horizontjai mutatkoznak meg, sőt bizonyos esetekben a képeken megmutatkozó öndefiníció *mással nem helyettesíthető cselekvés is*.



6. kép

A fenti megfontolások mellett utalni szeretnék arra, amit Schütz a tudás társadalmi eredetének nevezett. Eszerint az egyén a szülőktől, barátoktól stb. nem csak azt tanulja meg, hogyan definiálja környezetét, hanem azt is, hogyan kell a csoport személytelenül egységes szempontjából elfogadott relevanciákkal típusos képzeteket alkotni, és ezzel összefüggésben a csoport tagjaihoz hasonló életstílust, életmódot stb. kialakítani. Úgy gondolom, éppen azért érdemes vizsgálni a különböző, preferált „háttérket”, mert ezekben a „háttérben” az egyes életmódcsoportok a relevanciáikat jelölik ki.<sup>9</sup>

A tanulmány elején leírt kísérlet azt támasztja alá, hogy ezek a mechanizmusok annyira erősek,

<sup>8</sup> Itt is szerepelnek archívumokból származó fényképek, ezért is tesszük a rajtuk szereplőket fölismerhetővé.

<sup>9</sup> Valószínűleg szintén érdekes lenne, ha egy, a bevezetőben említetthez hasonló kísérletben összepárosítanánk a fényképezők csoportjait a lefényképezettre rátköltött háttérrel.



7. kép

ták plakátok előtt, konténerek előtt, általában kevésbé törődtek azzal, milyen kép készül róla, bár őt sem mindig úgy fényképezték le, ahogy a gépet átadta. A japán turistával szemben talán éppen azért viselkedtek kevésbé „udvariasan” (vagyis kevésbé vették figyelembe a háttér jellegzetességeit), mert a róla vélt horizontok kevésbé szilárdak, kevésbé ismertek és főként kevésbé közösek, s ez a nem tudás változott „nemtörődömséggé” az őt ábrázoló fotókon.

Fényképek elemzésekor tehát mindig fontos kiemelni a másik szerepét. A meadi értelemben vett másik majd minden fényképen jelen van, legyen az egy csoport, egy egyén vagy az általános másik. Más életstílust, identitást jelöl ki ugyanis magának az, aki a Louvre előtt fényképezteti magát, és mást az, aki a *McDonald's* elé áll be a fotón (3. kép). A *McDonald's* étterem mint az identitás tartozéka nyilván más jelentést hordozott a rendszerváltás előtt, hiszen akkor a vágyott nyugati jólét jelképe lehetett.<sup>11</sup> Tipikus fényképezési rítus az idegen relevanciákkal való játék (*role taking*), mint például a monte-carlói



8. kép

10 Maár András volt segítségemre – amit ezúton köszönök –, aki édesanyja révén japán származású.

11 Emlékezzünk csak vissza, micsoda sorokat produkált az első pesti gyorsétterem megnyitása, rációfalva ezzel „természetes”, nyugati, racionális olvasatára, hogy ti. a gyorsétterem azért jó, mert ott gyorsan lehet enni. A tanulmányban elemzett képeken szereplő tárgyak legtöbbször éppen azért vált jellegzetes háttérellemmé, mert az utazók a saját kulturális közegétől eltérő kulturális jelentéssel ruházták fel őket.

Casino közelében a *Rolls-Royce* mellett való fényképezkedés (7. kép) vagy akár egy (amúgy nehezen megengedhető) éttermi fogyasztás lefényképezése (8. kép) is.

## A megvalósító kép – fényképtusok

Bizonyos típusú nyilvános képek – például a reklámképek vagy a politikai céllal készült fotók – kétségkívül nem pusztán ábrázolnak valamit, illetve valakit, hanem cselekszenek: *ígérnek* (kényelmesebb életet, szebb jövőt), *állítanak* („praktikus vagyok”, „velem hódíthatsz”,



9. kép

„család és hazaszerető vagyok”), *cáfolnak* („X igenis találkozott Z-vel, lám, itt a képen a fülébe súg valamit”) stb. Ilyen típusú – megvalósító – képekkel a magánjellegű képek között is találkozhatunk. A személyeket ábrázoló képeknek csak a kisebbik része pusztán ábrázolás, noha a készítők gyakran hivatkoznak arra, hogy ők csak a személyt kívánták megörökíteni (dokumentálni). A személyek „megörökítése” ugyanis a legritkábban történik esetleges körülmények között, minthogy a leg-

több kép beállítás eredménye.<sup>12</sup> A magánjellegű képek egy része olyan, mással nem helyettesíthető állításokat tesz, melyek a lefényképezett személy belső tulajdonságaira – azaz életrajzi helyzetére, életrajzi horizontjaira – vonatkoznak, s melyeket gyakran nem „ildomos” kimondani: például „kultúrlény vagyok”, „laza vagyok”, „megengedhetem magamnak ezt a luxusszállodát” (9. kép), „így vásárolhatnék” (10. kép) stb. Hogyan tesz így a kép? Barthes



10. kép

<sup>12</sup> A beállítás fogalmát tág értelemben használom: nem csak a kép készítőjének tevékenységét jelenti, hanem a kép szereplőjéhez való viszonyát is.





11. kép

szóhasználatával élve: konnotált. A nyilvános kép abban különbözik a magánjellegűtől, hogy a közéleti képre szándékosan kerülnek a konnotált jelentések, sőt a kép voltaképpen azok miatt jön létre. A magánjellegű fotókra viszont bizonyos automatizmusok révén kerülnek a konnotált jelentések: a háterek kulturálisan rögzült kiválasztási mechanizmusain keresztül. A kis jacht mellett önmagát fényképeztető nőnek tehát nem kell kimondania azt, hogy ő egy külföldi utazási iroda szervezésében (lásd a

feliratot a hajó oldalán) egy nem mindenki számára megengedhető jachtúton vett részt, ezt ugyanis megteszi helyette a kép (11. kép). A képpel ráadásul anélkül állíthat valamit magáról a szereplő, hogy annak jelentése túlon túl egyértelmű lenne. A 11. kép képkivágásából nem feltűnően ugyan, de látszik az is, hogy a nő – és a fényképező – számára fontosabb maga a hajó és a hajón olvasható felirat, annak szimbolikus hozama, mint a személy teljes igényű ábrázolása.

Ezekkel a megvalósító képekkel szemben állnak az ábrázoló képek: ezek is állítanak ugyan valamit a világról, de az behelyettesíthető más cselekvésekkel. Ábrázoló például az olyan kép, amelyen nincsenek szereplők, vagy ha vannak is, nem tudnak, illetve nem akarnak tudomást venni a képkészítés aktusáról. E gondolatmenetből az is látszik, hogy az ábrázoló kép, ill. a megvalósító kép kategóriái puha kategóriák. Ami az egyik közegben megvalósító, az a másokban lehet ábrázoló típusú kép, lásd például a dolgozat tárgyát képező, rendszerváltás előtti képeket, amelyek jelentése mára vagy a távolabbi jövőben erejét veszítheti. Az, hogy a kód feledésbe merülésével a megvalósító kép ábrázolóvá válhat, fölveti azt a kérdést, hogy a megvalósító kép vajon pusztán csak a konnotált jelentés által válik-e megvalósítóvá. Észre kell venni, hogy nem minden konnotált tartalmat közlő kép megvalósító jellegű; nem ilyen például az a fénykép, amelyen csak a Mona Lisa vagy amelyen az angol királyi gárda látható, noha kétségtelen, hogy ezeket a képeket is kulturális kódok szerint olvassuk, és ezek a kódok feledésbe is merülhetnek az idővel. A megvalósító kép tehát olyan cselekvést végez el, amely nem helyettesíthető mással, és az is látszik, hogy ilyené csak a készítő, az ábrázolt személy(ek) és a szemlélő hármában, azaz *a fénykép használatában válik*.<sup>13</sup>

## A képek

A fenti érvelésrendszerből kiderült, hogy a jelen kutatás szempontjából azok a képek érdekesek, amelyeken az utazó maga is megjelenik, azaz nem foglalkozom a személyek nélküli

---

<sup>13</sup> Mint Annette Kuhnnek a válogatásban közölt írása is mutatja, az, hogy egy kép milyen módon valósít meg egy üzenetet, konfliktusforrássá is válhat. A jelentések kisajátítása éppen azért lehet harc tárgya, mert a képi aktus adott esetben a létünket vagy a számunkra fontosak létét kérdőjelezheti meg (Kuhn 1998).

táj- és városképekkel. A személyeket is ábrázoló turistaképeknek alapvetően három típusa bontakozott ki a rendszerváltást megelőző fényképek vizsgálata alapján:

- Az *én valami más vagyok* típusú képekre jellemző, hogy a szereplő egy idegen relevanciarendszerrel játszik, úgy tesz, mintha egy másik világhoz, egy másik milióhöz tartoznék, de mindezt távolságtartó ironiával teszi, vagyis tudatosítja a játékjellegét. Szélsőséges fajtája ennek a képtípusnak az olyan kép, amelyen a szereplő a festett karton testbe csak a fejét dugja be („erős ember”, „cowboy”, „kezet fogtam Clintonnal” stb.), ezeken a képeken a távolságtartó ironia nyilvánvaló. Szintén ilyen az Audi Szalonban a kedvenc kocsni mellé mosolyogva beálló lány képe (12. kép). Erről a képről az is látszik, hogy azokat az autóreklámokat utánozza, melyeken lenge öltözötű hölgyekkel próbálják a gépkocsni imázsát emelni (lásd a kocsni mutató bal, illetve a csípőre helyezett jobb kezét, s ezáltal ne vegyük észre, hogy az interjúk alapján az Audik szerelmesének tűnő lány strandpapucsban van). Ugyancsak idegen relevanciarendszerrel játszanak a Rolls-Royce gépkocsni mellett fényképezkedők is (7. kép). A monte-carlói *Hotel de Paris* előtt készített kép ugyanakkor kettős jellegű, hiszen a háttérben látható szálloda és a monte-carlói



12. kép

autóversenyt idéző, reklámokkal teli szalagkorlátok miatt a háttérrel *jelentős helyként* is értelmezhetjük (lásd alább). Jellemző ezekre a képekre, hogy az alany a kamerába néz, valamint az, hogy általában fizikailag is érintkezik a tárggyal (ráteszi a kezét, megérinti, neki-dől). A képekből mégis egyértelműen kiderül, hogy az a relevanciarendszer, amelybe a szereplő látszólag belehelyezkedik, nem az övé, vagyis egyfajta távolságtartással, ironiával mutatkozik *valami másnak*.

- Az *életformaképeken*, avagy az „*én vagyok valahol*” képeken a szereplők tudnak ugyan a fotózásról, sőt gyakran ők maguk kérik fel a fényképezőt, mégsem fordulnak egyértelműen a kamera felé, úgy tesznek, mintha bent maradtak volna az éppen fényképezett helyzetben. Ilyenek a kirakatok előtt állógatókról, szállodai szobában olvasgatókról készült képek, és készülnek ilyenek presszóban, bárban, étteremben stb. (8. kép). A bárban készült beszélgetést ábrázoló képből a néző számára egyrészt kiderül, hogy külföldön vagyunk (feliratok), másrészt az is látszik, hogy a beszélgetők csak úgy tesznek, mintha spontán fényképeztek volna le őket, a háttérben ugyanis egy – vélhetően – helybeli, újságot olvasó nő a kamerába nézve leleplezi ezt az igyekezetet. E képi aktusok szereplői autentikusan próbálják belehelyezni magukat egy olyan életformába, életstílusba, melyre büszkék; ők tehát úgy tesznek, mintha az adott relevanciarendszer számukra nem lenne idegen – holott persze ha valóban tökéletesen a sajátjuk lenne, nem fényképeznék le.

- Az *én a jelentős helyen*, avagy az „*én ilyen vagyok*” típusú képeken az alanyok félreérthetetlen módon jellemzik magukat. Ezekben a képeken a szereplők büszkén jelölik ki saját értékrendszereiket, s a fényképező, a kamera felé fordulnak. Ilyen annak a kis jachtra tá-



13. kép

és ilyen a szálloda előtt jól megkomponálva beállók képe. A 13. képből az is látszik, hogy az építészetileg nem túl impozáns szállodából a három csillag, vagyis a hotel kategóriafokozata volt fontos a fényképező és a beálló alany számára, valamint a hotel mellett álló, az architektúra és elhelyezés szempontjából jelentősebb épület meg a tengerparti sétány („a tenger közelsége”). A *McDonald's*ek, *Burger King*ek és általában a gyorséttermek frontja előtt készített képek is e kategóriába sorolódnak. A 3. képen látható társaság valószínűleg egy kint élő párból (lásd: kutya) és az őket meglátogató családból (feleség, gyerek és férj – lásd a férj árnyéka a képen) áll. A kép nyilván azért készült, hogy megörökítsék ezt a talán mindkét család számára fontos kapcsolatot, az együttléteket, s ehhez választották ki egyrészt az ottani közlekedésben jelentős szerepet játszó biciklik tömegét s a gyorséttermet. E két utóbbi komponensbe helyezi bele magát a kilátogató család, a – talán a nyugalmasabb, de mindenképpen – más életformát jelentő kerékpárokkal és a jóléteket is szimbolizáló *McDonald's* étteremmel.

Az „én a jelentős helyen” típusú szituációk kifordításával lehet azokat a negatív, vagyis tagadó jellegű képeket is elkészíteni, amelyek épp a fényképezett hely fontosságát vagy az ilyen fényképek eredetiségét kérdőjelezzik meg. Efféle képeket leggyakrabban fiatalok készítenek, megtagadva szüleik fotókban megnyilvánuló identitását. Ilyenek azok a fényképek, amelyeken a személy valaki mást mímelve, pózolva áll be egy, az általa kritizált csoport identitását képviselő tárgy, például egy templom, a szálloda vagy épp a busz elé.<sup>14</sup>

Ugyanazt a témát tehát különbözőképpen lehet „földolgozni”. Az Eiffel-torony és a kirakatok alaptémájából a következőképpen lehet az egyes típusokat előállítani:

maszkodó nőnek a képe, aki valószínűleg utazott is a jachttal (s nem csak mellé állt) (11. kép), ilyenek a különféle nevezetes műemlékek környezetében magukat fényképezők fotói, a vicces jeleneteket produkálók képe, vagy az olyan gépkocsik előtt fényképezkedők, akik valóban utaztak is a felvételen látható autóval stb. Ilyen a kirakatok előtt a kamera felé fordulva fényképezkedők képe (tehát például a kirakott narancs és banán előtt lefotózott nő képe is, lásd még 10. kép),

14 Az alábbi táblázatban ezeket a képeket is az *én valami más vagyok* típusba sorolom.

	Eiffel-torony	Kirakat
<i>valami más vagyok</i>	a szereplő pózolt büszkeséggel áll a torony előtt	a személy úgy csinál, mint ha éppen be akarna lépni a luxusboltba
<i>életformakép</i>	a torony lábánál álló szereplő nem a kamerába néz	a szereplő csípőre tett kézzel a kirakatot nézi
<i>jelentős hely, „ilyen vagyok”</i>	egész alakos kép a toronyról és a személyről, a személy a kamera felé fordul	egész alakos kép a kirakatról és a személyről, a személy a kamera felé fordul

## A háttér

A képek típusa mellett természetesen érdemes számba venni a képek témáit, vagyis a rendszerváltás előtt a nyugati utakon készült fényképek háttérének fajtáit.

A fentiekből is kitűnik, hogy a szocializmus időszakából származó, nyugaton készült amatőrképek egyik központi eleme a vásárlással kapcsolatos. Azzal, hogy a boltok és a szupermarketek luxuscikként, kiállítási tárgyként tudták prezentálni a mindennapi tárgyakat, egyszerűen sokkolták a kelet-európai turistákat, akik egy olyan világból érkeztek, ahol az áruvásárlásban a „van” vagy „nincs” kétesélyes játszójához szoktak. Így talán nem meglepő, hogy a kiállításként megjelenő szupermarketekkel kapcsolatban is a múzeumok által előhívott fotózási készletetek működtek. Számos kép készült tehát boltok kirakatai előtt (lásd 1., 10. és 14. kép), illetve boltokban, bevásárlóközpontokban, bevásárlóutcákban (15. kép). A 10. képen látható nőt például valószínűleg a kirakott déligyümölcs esztétikus hatása nyugtázta le, hiszen nem a bolt középpontjához, hanem a narancshoz áll közel – az *én a jelentős helyen* típusú képen. A 14. képen viszont a nő az ékszerbolt kirakatát nézi, vagyis egy életformaképen ábrázoltatja együtt magát az ékszerekkel, s a spontaneitás hatását a nézelődés közben csípőre tett kézzel erősíti.



14. kép

Egyrészt a vásárlás, másrészt a nyugati életforma megjelenítés kategóriájába sorolhatók a gyorsétermek előtt készített képek, valamint az éttermekben, bárókban és ezek előtt készült felvételek – melyeket szintén vagy *életformaképként* (8. kép), vagy *én a jelentős helyen* típusként (3. kép) komponáltak meg a képkészítők.



15. kép

egy olyan életstílust, amilyenre vágnak. Ha megnézzük a 2. képet, látszik, hogy az idegen relevanciával való játékot a kép szereplője – talán szinte automatikusan – részleteiben is pontosan műveli. A piros Renault mellett álló férfi mozdulataival – lazán zsebre dugott bal kéz és az ajtó fölött a kocsi helyezett jobb kéz („éppen beszállás előtt”) – a tényleges autóbirtoklás képét imitálja.



16. kép



17. kép

Szintén a tágabb értelemben vett vásárlás témakörébe tartoznak az „autós”, „motoros” képek, bár ezek már – az előbbi csoporthoz hasonlóan – inkább sorolhatók az életstílust, életformát reprezentáló, s a rajtuk szereplőket ehhez a létformához kötő képi aktusok csoportjához. Ezeken a képeken a szereplők komolyan (*ilyen vagyok*) vagy vicceskedve (*én valami más vagyok*) utalnak ki maguknak

A 6. képen látható nő is a kocsi kilincsét fogja, bár itt az is látszik, hogy ő nem a sofőr pozícióját mimeli játékosan, hanem az anyósülésre „fog nem beülni”.

Az automaták társaságában készített felvételeket nem sorolom a vásárlás témakörébe, annak ellenére sem, hogy első ránézésre kétségkívül ez a funkció társhozható hozzájuk a leginkább. Az automaták – cigarettautomata (16.), fényképautomata (17.), mérleg



18. kép

(18. kép), bankomatok – a képeknek a szocializmusból odavetődött készítői számára nem pusztán a fogyasztói magatartás másságára utaltak, hanem feltehetően egy nagyobb fokú szabadságot is megtestesítettek.<sup>15</sup> Az automata ugyanis olyan szerkezet, amely a vásárlás aktusából kiiktat mindenféle alá-fölérendeltségi viszonyt. Ez a viszony a rendszerváltás előtt az arrogáns, a vevőnek szívességet tevő eladóval, ill. a kiszolgáltatott helyzetében a pult alól előkerülő hiánycikkre áhító

vevővel volt leginkább jellemezhető.<sup>16</sup> A fénykép-automatás felvételen a férfi nem pusztán azt mutatja be, hogy két percen belül elkészülő fényképeket csináltathatott volna (ha akart volna), hanem magát az országot is, ahol erre lehetősége nyílt – az Egyesült Államokat (zászló, 17. kép). A 18. képen látható csoportnak csak a viselkedéséből lehet arra következtetni (s csak tüzetesebb vizsgálat után), hogy itt egy utcai méretdzkedés képét látjuk. A kis kompánia tagjai örömmel használják testülyük megmérésére a ruhabolt elé kihelyezett automatát. Az automatás képek esetében a használat képei, vagyis az *életformaképek* tüntek jellemzőbbnek.

A következő, manapság ritkán előforduló háttértípus a határátkelő (5. kép). Az országhatárokon készített felvételeket valószínűleg szintén a szabadság kérdésével magyarázhatjuk. Nálunk ugyanis olyan terület volt a határ (is), ahol az egyén elveszítette az önálló cselekvés lehetőségét, ahol korlátozták szabad akaratát, hiszen mindenféle tortúrák potenciális helyei voltak a határátkelők. „Normális” gondolkodású embernek eszébe sem jutott, hogy a határállomáson éppúgy lehet sétálni, vásárolni, pénzt váltani (netán fényképezni!), mint másutt, vagyis, hogy itt is ugyanolyan jogai lennének, mint másutt. Ezért választják sokan képeiken háttérként a zöld mezőt vagy az aszfaltutat, aminek csak a megfelelő „kontextualizálás” adja meg a helyi értékét. A határátkelős képek leggyakrabban az *én a jelentős helyen* típusba tartoztak.

A repülőtereken, a repülőkhöz közelében készített képeket (19. kép) egyrészt a határátkelős képekhez sorolhatjuk, másrészt egy újabb nagy kategóriához: az utazási eszközök társaságában készített képek csoportjához. A francia gyorsvonat, a hajó vagy a kisrepülő mellett készített felvételeket szintén lehet magyarázni a szabadság kérdésével, de ezek az eszközök összefüggésbe hozhatók a nyugati jóléttel is. Ezen a típuson belül a buszokkal való együttfényképezkedés volt a leggyakoribb. Azok, akik a váltás előtt nyugati típusú busszal utaztak nyugatra, legtöbbször készítettek magukról egy olyan képet, amelyen ők állnak a busz előtt. Szerepel utazási eszköz (pl. Ikarus busz) más fényképeken is, ezektől azonban különböznek a szóban forgó képek, ezeken ugyanis csak két szereplő van: a busz és a személy(ek).

15 A gondolatot Wessely Annától kölcsönzöm.

16 Magyarországon a hetvenes évek végén és a nyolcvanas évek elején jelentek meg az első automaták aluljárókban, uszodákban stb. Mivel azonban csak nagyon kevés volt belőlük, a vevő többnyire üresen találta őket.

A nyugati (emeletes, „légkondis”, tévés...) busz akkoriban a jólétebe való belépés első, szimbolikus lépcsője lehetett, azt mutatta, hogy valaki egyazon színvonalon vett részt valamiben (jelen esetben egy utazáson), mint a nyugati polgárok. A 4. képen látható nő háta mögött álló buszon lévő felirat – *F.lli BUCCI Pesaro* – szimbolikus hozama nyilván több volt, mint mondjuk, az IBUSZ-é, amellet, hogy az emeletes busz előtt készített kép eleve többet ért, mint egy egyszintes előtt készített. A buszos fényképek legnagyobb részét az *én a jelentős helyen* típusba tartoznak.



19. kép

S végül szólni kell arról a kategóriáról is, amely – átalakulva bár, de – a jelenlegi képek között is gyakran előfordul: a szállodás képekről (9., 13. kép). A szálláshely megmutatásával leggyakrabban abban, az itthonitól eltérő, jobb életszínvonalban helyezi el magát az alany, amelyben átmenetileg élt, s melyre büszke. A szálloda ugyanakkor általában annak a narratívának a fontos része, amelyet a képek készítői a képek bemutatásával teremteneek – bár tegyük hozzá, a narratíva általában a képek magyarázása nélkül is világosan érzékelhető.

Ilyen narratívát lehetett fölfedezni az egyik riortalany képeiben. Ezeken a képeken egyáltalán nem voltak olyan típusú hátterek, amelyenkről ez a dolgozat szólt, a „beállós” képek ugyanis mindig „kulturjvak” (szobrok, épületek, múzeumok) közelében készültek. Volt viszont egy olyan kép, amelyen a család látszott, amint egy parkban a padon eszik a „hazait”, illetve egy olyan, ahol a sátor és a Zaporozsec típusú autó volt látható a családdal. A kérdezett elmondta, hogy ő elítélte azokat, akik csak vásárolni mentek ki nyugatra, akik „erre herdálták azt az ötven dollárt”; ők viszont látni akartak, akár olyan „szenvedés” árán is, hogy így esznek, és ilyen körülmények között szállnak meg és utaznak. Ebből a perspektívából úgy tűnt, hogy a képek sajátos narratívája már magukban a képekben is megjelent (csak addig nem volt nyilvánvaló), egy sajátos szenvedéstörténet a kultúráért és a megismerésért.

A képek sorozatában megnyilvánuló narratíva még erőteljesebbé válik azáltal, ha albumokba rendezik őket. A képi aktusokban önmagunkat, énképünket, családunkat konstruáljuk meg, az albumok révén pedig még nyilvánvalóbbá válik ez a konstrukció (lásd Annette Kuhn tanulmányát). Noha ilyen gyűjteményt csak keveset láttunk, megkockáztathatunk néhány megjegyzést. Az olyan fényképalbumok, melyeket készítőjük a pusztasorrendiség beállítása mellett egyéb elvek szerint is megszerkeszt, a fényképek értelmezési rácsaiból emelnek ki preferált olvasatokat, vagyis a szerkesztő (gyakran maga a készítő) azt szeretné, ha fényképei úgy válnának fényképtaktusokká, hogy a nézőben egy bizonyos szándékolt olvasatot érzjenek el. Ezekbe az albumokba sokszor nemcsak fotók kerülnek be, hanem az utazás más rekvizitumai, a nyaralás kiemelt pontjait megidéző tárgyak is: képeslapok, vonat-, busz- és metrójegyek, múzeumi belépők, saját rajzok vagy mások rajzai, éttermi számlák, térképek (megjelölve a fontos pontokat), megjegyzések, sőt akár olyan „furasaságok” is, mint egy lepréslent virág, az album záróoldalán kisvonalat ábrázoló rajz „souvenir” címkével. Ezek az albumba ragasztott tárgyak azért különösen érdekesek és fontosak számunkra,

mert – azon a narratív többleten keresztül, melyet e tárgyak kölcsönöznek a fényképeknek – a képek fent leírt – voltaképpen látens – funkcióját (a fényképaktust) mintegy manifesztálják, mivel fölállalják, nyilvánvalóvá teszik. Az egyik ilyen albumba például a képek kollázsok, montázsok részeként kerültek be. Az egyik oldalon az utcát ábrázoló kép mellé éttermi számla került, mellette pedig egy saját készítésű rajz az olasz étlapot értetlenkedve néző utazókról. A számlaberagasztás büszke gesztusa kifejezi, hogy a rendszerváltás előtt a nyugatra utazók milyen ritkán engedhették meg maguknak az éttermi fogyasztást. Az albumban a fényképek a tágabb kép részeként válnak képi aktusokká, a személy, család, emberi viszonyok létrehozójává.

Az interjúk viszonylag alacsony száma miatt keveset tudunk mondani az újabb, a rendszerváltás után nyugaton készített képekről. Egyrészt látszott, hogy napjainkban a fenti háttértípusok jóval ritkábban fordulnak elő a képeken. Mára már legtöbbször sajátjukévá tették a régen vágyott tárgyakat, azok kulturális jelentése megváltozott, mindennapi kellékeink részévé vált. Ugyanakkor bizonyos társadalmi csoportok számára éppen most váltak elérhetővé azok a javak, amelyekre mások a hetvenes-nyolcvanas években még csak áhítoztak – s készítettek képet „velük”. Azokról az alacsonyabb társadalmi pozíciójú emberekről van szó, akik csak a rendszerváltás után jutottak ki turistaként nyugati országba. Önök megfigyelhető volt, hogy érzékelésük bizonyos fokig még a régi módon működik, vagyis „különbséget” látnak ott, ahol a nyugatra gyakrabban utazók már nem látnak semmit. Az egyik interjúalany, egy idősebb asszony – fényképét magyarázva – például a „nyugati gépkocsi” kifejezést használta ma az 1991-ben készített felvétel kapcsán (akkor volt először nyugaton), noha e kifejezés sokak számára talán már nem is létezik.

Az is látszott, hogy azok, akik a rendszerváltás előtt bárók, éttermek, gyorséttermek előtt fényképeztették magukat (*én a jelentős helyen*), ma már bent ülnek a bárókban, éttermekben, és *életformaképeket* készítenek – vagyis vágyaik megvalósulásának lehetünk szemtanúi.

A fénykép tehát nem pusztán ábrázol, hanem cselekszik. A jelenben teremti meg a múltat, értelmezései, olvasatai egyéneket, családokat, társadalmi viszonyokat konstruálnak. Akivel együtt fényképezkedem, azzal közösséget vállalok. A fényképaktusok – mint Annette Kuhn tanulmányában is láthatjuk – gyakran egészen éles élethelyzeteket is hordozhatnak, családi viszályok, erőviszonyok megtestesítői lehetnek. Küzdünk fényképeink értelmezéséért, s ezáltal önmagunkért. A képek tanulmányozása során tehát talán a csoportok közös élettrajzi, társadalmi horizontjait érdemes kutatni, vagyis azokat a jellegzetes helyzeteket, háttérelemeket, amelyekben a (nem csak turista) fényképészek ciklikusan hozzák létre társadalmi viszonyaikat, a társadalom felé mutatott énjüket.

## Hivatkozott irodalom

- Almásy, Paul (1990): A fényképezés társadalmi szerepe. In *Művészetszociológiai szöveggyűjtemény*. S. Nagy Katalin szerk. Budapest: Tankönyvkiadó.
- Barthes, Roland (1984): A fotó mint üzenet. In *Tanulmányok*. Penavin, Thomka és Utasi szerk. Újvidék.
- Bourdieu, Pierre (1990): The Cult of Unity and Cultivated Differences. In *Photography*. Pierre Bourdieu szerk. Polity Press.
- Dessewffy Tibor és Hammer Ferenc (1997): A fogyasztás kísértete. In *Replika*, 26 (június).
- Petermák Miklós (1993): *Az új képfajtákról*. Budapest: Balassi.
- Schütz, Alfred (1984): A cselekvés köznapi és tudományos értelmezése. In *A fenomenológia a társadalomtudományban*. Hernádi Miklós szerk., 178–229. Budapest.
- Wessely Anna (1986): A tudásszociológia mint interpretáció-elmélet. In *Janus*, 1.