

lálkozunk. A legfontosabb, mert leghasznosabb, amelynél a felsorakoztatott információk nyomán rádöbbenünk: ezt magam is tudom, de még sohasem gondoltam így végig. Valószínűleg ezek segítenek legjobban megalapozni a reklámozással kapcsolatos tudásunkat és szemléletünket. Néhány példa erre:

Így jövünk rá, hogy magunk is jól értjük azoknak a reklámoknak a hatásmechanizmusát, amelyek egy vonzó életérzés megélésének, vagy éppen egy hódító személyiségtípussal való azonosulásnak az ígéretét hordozzák. A megfelelő nemből és korcsoportokból kit ne vonzana például, hogy megélje azt a vonzóan férfias – de legalábbis annak tűnő – életérzést, amelyet bizonyos reklám kínál, hogy átélje a barátság örömet, vagy pedig az azonos márkájú fehérmenű viselésével hasonlítson a közismert szex szimbólumra. Ha ezt megértjük, már tudjuk, milyen keretek között és hogyan működnek a csábításnak ezek az eszközei, másrészt pedig sok-sok önismerettel rögtön arra is rájöhettünk, valójában mennyivel visz közelebb az ilyen álmok megvalósulásához a szóban forgó árucikkek megvásárlása.

Ha már ráébredtettek, úgy magunknak is nyilvánvaló, hogy a választásainknál, így például a vásárlási döntéseinknél rendszerint eleve a lehetőségeknek csupán egy részét vesszük figyelembe. A könyv ezt úgy fogalmazza meg, hogy él bennünk egy „rövid lista” és arról választunk. Legtöbbünk nincs is tudatában e lista létének és formálódásának, ám tény, hogy ami nincs rajta e listánkon, annak esélye sincs arra, hogy rá essék a választásunk. A reklám így sokszor nem azzal éri el a hatását, hogy rábíra a reklámozott árucikk vagy márka kiválasztására, hanem arra, hogy neki köszönhetően az felkerüljön a rövid listánkra. Innen arra is rádöbbenünk, hogy gyakorta e felkerülés sem a mi tudatos döntésünk eredménye – ez pedig ismét megmutatja, mekkora manipulációs képessége lehet a reklámoknak.

Ha már átláttuk, úgy magától értetődőnek érzett példát kapunk arra is, mennyire döntő jelentőségű maga a sorrend, ahogyan a választási lehetőségek elébünk állanak. Lehet, hogy közülük e sorban az ötödik lenne számunkra az igazi – ám ha előbb már egy másik megfelelőnek mutatkozik, megállunk nála és a mérlegelésben el sem jutunk az ötödikig. A reklámnak így azért kell harcolnia, hogy minél előbbre kerüljön a reklámozott dolog ezen a bennünk nem is tudatosuló rövid listán. Hasonlóképpen, a vásárlások helyszínén azt kell elérnie, hogy előbb ragadja meg a figyelmünket, mint a konkurens terméké, márkáé, piaci szereplőé.

Az ide kapcsolódó összefüggések, mechanizmusok, az ezeket megvilágító példák ismertetése már önmagában is megérné, hogy végigolvassuk e könyvet.

A második szinten levők segítenek megérteni a technikai kérdéseket és összefüggéseket. Itt már bőséges betekintést kapunk a reklámpszichológia különféle elemeibe, összefüggéseibe. Ezek ismeretével még nem válunk képzett alkalmazókká, de már sok mindent megértünk a boszorkánykonyha működéséből. A harmadik szint azokba a szakma részletekbe világít bele, amelyekre a reklámozóknak van szüksége.

Osman Péter

A MŰVÉSZET TÖRTÉNETE

Ázsia, Amerika, Afrika, Óceánia

Magyar Könyvklub, 2001.

„A Föld minden zugában a Paradicsom szelleme lüktet, és onnan halatja hangját. Belopódzik a fülünkbe anélkül, hogy észrevennénk. Úgy hangolja életünk, akár egy hárfát, melynek hangja szétküldi vágyainkat a végtelenbe: s nem csupán imáink és reményeink hangján, de kőlángnyelv-templomainkon, végtelen álmaink festmé-

nyein keresztül: és az örök mozgás moccanatlan középpontjában az elragadtatott meditációval: a tánccal.”

Rabindranáth Tagore:
A művészet jelentése, 1938

A két igen szép kiállítású és örömtelien gazdag tartalmú kötet kapcsán elgondolkodhatunk európai szemléletünk rövidlátó voltán: valójában a legtöbbünk milyen keveset ismer e „távoli” földrészek művészetéből. Talán már az is elgondolkodtató, hogy a tizenhat kötetes sorozatból, amely a „A művészet története” címet viseli, mindössze két kötet jut ez utóbbiaknak. A 13. és 14. A figyelem felkeltésére viszont kiválóak ezek a kötetek. Kétségtelen, hogy aki ezeket akárcsak felületesen átnézi, annyi szepet és érdekeset talál bennük, hogy igen nagy kedvet kap alaposabban is megismerkedni ezeknek a világoknak a művészetével.

Joggal mondhatnánk, ma már a műveltségnek nélkülözhetetlen része, hogy látóköriünk túllépjen öreg kontinensünk határain és ismerjük meg Ázsia, Afrika, Amerika, Óceánia kultúráját is. Önismeretünkhöz elengedhetetlen, hogy „a mindenséggel mérjük magunkat”, hogy kultúránk teljesítményeit, amelyekre olyan büszkék vagyunk, össze tudjuk vetni más világokéval. De ha csak a művészet örömszerző és gondolatébresztő funkcióit tekintjük is elmondható, hogy önmagát rövidíti meg, csúnyán és oktalanul, aki nem ismerkedik meg e négy sajátos világ művészetével. E két kötet a maga igen szoros terjedelmi korlátaihoz mértén gazdag lehetőségeket ad az ismerkedésre.

Ázsia művésze. A rövid kultúr-történeti ismertetések itt is sok érdekességgel szolgálnak. Megtudhatjuk, hogy Európa Ázsiához fűződő kulturális kapcsolataiban az ókorban az indiai kultúra játszotta a főszerepet, Kína a középkorban és az újkorban került az érdeklődés homlokterébe, a XIX. századtól kezdve pedig Japán keltette fel legjobban a nyugati emberek érdeklődését. Buddha ma már nekünk is ismerős alakja a hellenizmus és a buddhizmus kapcsolatából formálódott ki:

majd ötszáz év kellett ahhoz, hogy a buddhizmus térítő vallássá váljék és a görög antropocentrizmust alapul véve megformálta Buddha ember alakú szobrát, melynek formáját az apollói ideált követve a profán szobrászat alkotásai alapján alakította ki. Az antik Róma és Kína kapcsolata, a Selyemút születése is része az ázsiai művészetek formálódásának. A kínaiak még a római kori Antiokhiát és Alexandriát is ismerték, és a Han-dinasztia alatt selyemmel megrakott, száz fős karavánok utaztak Nyugatra évente öt-tíz alkalommal. A cserében vásárolt javak között különösen értékesnek számítottak a római üveggolyók (!) és a perzsa zománcmunkák. Másrészt Kína otthagya a keze nyomát az európai művészeteken is. A XVII. és XVIII. sz. folyamán az összes jelentős európai királyi udvart egyfajta keleties extravagancia jellemezte és mindegyikben működött egy kínai műhely, ahol a porcelán előállítását tanulmányozták.

A kínai, a koreai és a japán művészet olykor megragadóan sajátos hangulatát, amelyet itt is igen szép képek szemléltetnek, jelentős mértékben a természettel való összefonódása adja. A legelterjedtebb festői műfaj a tájfestészet volt: a természet egy bemutatott részlete segítette a művészt és a szemlélőt a természeti szépségekben való elmélyülésben. Sokatmondó a műfaj neve is: „hegy-víz”.

Szépségükben és nemritkán bizarr vonásaikban is csodálatosak az indiai művészet alkotásai. A kultúrtörténeti ismertetések itt is sok figyelemreméltó adalékot kínálnak ötezer év szellemi teljesítményeinek megismeréséhez. Tudjuk, e sorozat korábbi köteteiből is, milyen jelentős szerepük volt Európában a művészeteknek az eszmék terjesztésében, s hogy az olvasás tömeges elterjedése előtti időkben a hatalom egyik legfőbb propaganda eszközül szolgáltak. Az első valóban indiai művészet i. e. 300 körül alakult ki abból a hatalmi törekvésből, hogy megjelenési

formát adjanak egy új dinasztia, a Maurja ideáljának. Asóka császár meghódította és először egyesítette a Hinduszáni-félsziget nagy részét. A nagy kiterjedés és a kulturális különbözőségek miatt szükséges volt, hogy egy mindenki számára érthető, a nyelvi akadályokat legyőző propagandarendszert hozzanak létre a kormányzáshoz. Az indiai művészeknek teljesen új ikonográfiát kellett megalkotniuk, hogy megjeleníthessék a hivatalos vallásból vett császári ideálokat.

Asóka Buddha halálának emlékére egy új típusú zarándokhelyet, sajátos építményt is létrehozott: a ma már nálunk is fellelhető sztúpát. Egyik része tömör, félgömb alakú test, amely a világegyetemre utal. Ezen kockaszerű építmény nyugszik, amely a Földet szimbolizálja. A sztúpát, a szent helyet a *vedikának* nevezett mellvéd veszi körül, amely négy hatalmas kapun, *tóranán* keresztül a négy égtáj felé nyílik. A hely szentségét az épület tetejére tett, napernyő formájú motívumokkal jelölték.

A Hinduszáni félszigeten következett be i. sz. 320-tól 490-ig az emberiség egyik legragyogóbb korszaka, amelyben a művészetek is csúcspontjukra érkeztek. A műpártoló hercegek művészekkel és tudósokkal vették körül magukat. Ekkor született meg az esztétikai gondolkodás és fogalmazták meg az indiai esztétika hat elvét.

Óh fájdalom – jöllehet a két kötet a legkülönbözőbb népek sorának évszázadok és ezredek alatt létrehozott csodálatra és főként megismerésre méltó kulturkincseit tárja elénk, itt mindebből legfeljebb csak néhányat emelhetünk ki. A káprázatos indiai miniaturák. A kéziratok illusztrálásának hagyományát az első mogul császár hozta be Perzsiából, és egyedül Akbar Császár udvarában 24 ezer kéziratot illusztráltak. Az indiai mitológia különleges szépségű meztelen női istenei a falfestményeken. A himalájai népek nemegyszer borzongató, mégis művészi szép-

ségű alkotásai. A kínai tájképekből áradó légies nyugalom. Tudjuk-e, hány dinasztia, hány iskola hagyta kézjegyet a nemesvonalú, olykor elegánsan egyszerű, olykor gazdagon feldíszített kínai kerámiákon, porcelánokon? A buddhizmus megragadó alkotásai Japánban. A japán festészet lírai, vagy éppen nagyon is dramatikus szépsége.

És e kötetek szárnyán még most érkeznénk az ősi amerikai kultúrák, Afrika és Óceánia sokszínű, sokrétű művészetéhez. Mindegyikük kincsek tárháza, amelybe itt betekinthetünk.

Itt is kiemelés érdemelnek a szűkséggel rövid, de jó kultúrtörténeti leírások. A szóban forgó világokban kevésbé járatosoknak sokat segítenek abban, hogy megismerjék az alkotások létrehozóinak eszmevilágát, gondolkodásmódját, vagy éppen azok rejtélyeit, mint az elhagyott városok, vagy éppen a híres Nazca rajzok.

Az ismerkedéshez vegyük nyitottságra intő útmutatásnak Montaigne itt idézett szavait: „*Mindenki barbárságnak nevezei, azt, ami nem része szokásainak*”. Igaz, egynémely itt megjelenő hagyomány kétségtelenül borzongató, nemegyszer kegyetlen, de vajon a mi történelmünk inkább híján van-e a kegyetlenségnek? Borzonghatunk az aztékok véres rítusain, de gondoljunk a fehér ember máglyáira is.

Talán Afrika a legnagyobb ismerethiányunk. Sokan ebből a műből döbbenünk majd rá, milyen keveset tudunk az ottani népek hajdani, igen fejlett kultúráiról. Ezzel is mi vagyunk szegényebbek.

Vigasztalásnak tekintjük az Octavio Paztól itt szereplő idézetet: „*A művészet túléli a társadalmat, amely teremtette. Minden egyes elmerült civilizáció jéghegyének csúcsa*”. Valóban, nagy nyereségünk, hogy Amerika, Afrika, Óceánia saját művészetének legalább egy töredéke fennmaradt. És jó, hogy – legalább itt – megismerkedhetünk velük.

O. P.