

Kapitány Ágnes – Kapitány Gábor
(MTA Szociológiai Kutatóintézete, MOME):

A tárgyformálás mint kommunikáció

“Tárgyszimbolika” c. tanulmányunkban (in: Kapitány-Kapitány: Tárgyak szimbolikája, Bp. Új Mandátum, 2005) egyrészt megpróbáltuk sorra venni azt, hogy mi mindent szimbolizálhatnak a tárgyak, másrészt, hogy a tárgyak milyen tulajdonságai teszik őket alkalmassá arra, hogy szimbólumok legyenek. Most egy másik aspektusból közelítenénk meg a kérdést: milyen értelemben tekinthetők kommunikációs eszközöknek a tárgyak (ahol a két nézőpont egybeesik, ott újrafelhasználva az említett írás néhány gondolatát).

*

Ha visszamegyünk az emberré válás kályhájáig, és ahhoz a tyúk-tojás kérdésig, hogy mi tette az embert emberré, a nyelv vagy az eszközkészítés, a dilemma feloldása -- mint a tyúk-tojás típusú dilemmáké általában – az “*is*” válasz: a nyelv és az eszközkészítés kölcsönösen egymás feltételének és következményének is tekinthető; történelmi léptékben tekintve, és emberi értelemben véve alighanem egyszerre is keletkeztek, ha persze számos példáját hozhatjuk fel a nyelv előtti eszközhasználatnak és az eszközhasználat előtti nyelv-szerű kommunikációnak is. A lényeg az, hogy már az első eszköz elkészítése egyszerre kettős funkciót adott az elkészített tárgynak; egy szűkebb értelemben vett használati funkciót és egy kommunikatív funkciót. Az ember társadalmi lény, és tárgyhasználata is társadalmi lévén a használat egyúttal a közösséggel való megosztás, kommunikatív aktus is. Információkat tartalmaz magáról a használatról (mire jó a tárgy, mit lehet vele csinálni, stb.), de egyúttal közléseket tartalmazhat a használatról (a tárgyban megjelenő “önkifejezés”), és egyéb körülményekről is. A tárgyra vonatkozó információk átadhatók verbálisan is, de maga a tárgy is kommunikál. Ebből következően a különböző emberi jelrendszerek között a tárgyak nyelvéről is beszélhetünk, jóllehet természetesen másra való és másra képes a verbális nyelv és a tárgyak “nyelve”. A verbális nyelv sok mindent ki tud fejezni, amit a tárgyak nyelve nem, de a tárgyak nyelvének is vannak olyan sajátosságai, amelyekkel meghaladják a verbális nyelv lehetőségeit. Az alábbiakban egy olyan kis játékra invitáljuk az olvasót, amelynek során nem feledkezhetünk meg a verbális nyelv és a tárgyak üzeneteinek különbségeiről, de amellyel mégis azt szeretnénk érzékeltetni, hogy azért a tárgynyelven is sok olyasmit is ki lehet fejezni, amit a verbális nyelv sajátosságai között szoktunk elemezni. A tárgyak nyelvének sok eleme van: formák, színek, anyagok – mindez információhordozó, s ezért kommunikálni is lehet velük. Kis játékunk során jelen esetben többnyire a formák, a tárgyformálás kommunikatív szerepének érzékeltetésére szorítkozunk.

A verbális nyelv alapegysége a szó, a *fogalom*. Fogalmakat tárgyakkal, a tárgyak formájával is közölhetünk. Amikor például egy autó áramvonalas formája a sebességre, robusztus, szuperszilárdságot sugalló lökhárítója a törhetetlenségre, ütközőerőre, vagy a VW félgömböt közelítő formája az útfekvésre, a bogárszerű síkon-siklásra utal, ezzel az autó egy-egy tulajdonságát, egy-egy fogalmat hangsúlyoz. De ezt teszik például azok a vázák (sok száz éves példákat is ismerünk erre), amelyekre halak vannak festve: bár a vázákban nem halakat tartanak, a halak vízre utalnak, s a váza azon tulajdonságát emelik ki, hogy víz van benne. Más vázák – az ötvenes-hatvanas évek modernizmusában lettek közkedveltek például az ilyen vázák – az üveg üregeességét hangsúlyozzák azáltal, hogy a vastag üvegen át jól láthatóan kiemelik az üreges részt. Az ilyen típusú, egy-egy tulajdonságot, egy-egy fogalmat hangsúlyozó formai megoldások példái szinte vég nélkül sorolhatók.

De a formák nyelvével nem csak igazat lehet állítani. A tárgyak egészen másnak is mutathatják magukat, mint amik (a giccstárgyak gyakran teszik ezt, de művészi értékű tárgyakra is gondolhatunk, különösen olyan korokban, amelyek szívesen szembesítik az embereket a látszat és a valóság ellentmondásaival). Vagyis a tárgyak *hazudhatnak* is. Becsaphatnak, vagy csak ugrathatnak (mint például a csalikorsó teszi), mindenestre csakúgy képesek erre, mint a nyelv, ha persze a nyelvnek jóval bonyolultabb mechanizmusai szolgálhatják is a megtévesztést.

Lehet a tárgy megformálásával *tagadni* is. Amikor például olyan tárgy készül, amelynek formája határozottan sugároz valamit, de az anyaga ezzel ellentmondásba kerül (mint egy nagyon puha anyagból készült kard vagy kalapács), vagy a forma egyes elemei feleselnek egymással (például Duchamp szőrös kávékészlete, vagy ha egy kényelmes elomlásra hívó fotel ülőkéje tele van fakirágy-szögekkel, vagy ha egy kerítés elriasztásra szánt lándzsahegyei helyén vidám és ártalmatlan kis állatfigurák sorakoznak). A tagadás egyik formája az irónia is; amellet talán nem kell hosszabban érvelni, hogy milyen sok irónia vihető be a tárgyak megformálásába is.

Ha a nyelvtan kategóriáinál maradunk: a tárgyak nyelvén is születhetnek *kérdő, felkiáltó, felszólító vagy óhajtó mondatok*. Kérdő mondatnak tekinthetjük, ha egy tárgy vizuális rejtvényként áll elénk. Mintha azt mondaná: mi akar ez lenni? Ha több jelentést tartalmaz, melyik az igazi? Felkiáltó mondat, ha a tárgy formája (vagy akár színe, egyéb tulajdonsága) agresszív felhívó erővel bír. (Gyakran mondjuk is, hogy “rikít”, “kiri” a környezetéből; s a “rívás”, “rikítás” bizony felkiáltás). Felszólító mondatot kommunikál a tárgy, ha megformálása nagyon erősen terel valamilyen használat felé. Egyértelmű az irányjelző nyilak szerepe, de az is felszólítás, ha például egy környezetétől elkülönülő rakodófelület

felkínálja magát, hogy “ide tedd a tárgyaidat, ne máshová”, vagy ahogy egy pohárba helyezett szívószál felszólít arra, hogy rajta keresztül szippantsd ki a pohár tartalmát. Óhajtó mondat, amikor egy tárgy valamilyen vágy kifejezőjeként jelenik meg: a polgári szalon trónszék-formájú tárgya mintha azt mondaná “bárcsak király lehetnék”, de hasonlóan óhajtó mondat a tündérek öltözékére emlékeztető nagyestélyi, s bármely olyan tárgy, amelynek megformálása valamilyen vágyott, “magasabb” világ asszociációit idézi.

A nyelvtan megkülönbözteti az *egyes és többes számot*, és az *első, második, harmadik személyt*. Többes számot lehet például kifejezni tárgyak sorozatával, készleteivel, amelyek kifejezetten hangsúlyozzák, hogy az adott tárgyból több van. Az egyes szám első személyt a tárgyat létrehozó vagy átadó egyénre utaló beépített sajátosságok képviselik; az egyes szám második személyt például az, ha egy tárgyba belegravírozzák a vásárló nevét (=ez a te tárgyad); a tárgyat azután a használó már ismét első személyben használhatja, s ekkor a név már azt jelzi másoknak, hogy “ez az enyém”). Amikor egy város, egy táj jellemzőit örökíti meg egy tárgyon, (például egy emléktárgyra rátesznek az adott várost ábrázoló matricát) ez lehet többes szám első személyű közlés: “ezek vagyunk mi”, s amikor a vásárló otthon rátekint, többes szám harmadik személyben fogalmaz a tárgy: “igen, ezek voltak ők”.

Lehet a formával *fokozni* is. Amikor például tárgyakból úgy képeznek sorozatot vagy készletet, hogy különböző darabjai különböző méretűek, vagy különböző fokon díszítettek, (s főként ha ez halmozódik, és az egyre nagyobb tárgyak egyre díszítettebbek is), ez mindenképpen fokozást is jelent.

A nyelvtani *nemek* is megjelenhetnek a tárgykultúrában. Vannak egyértelműen női és egyértelműen férfi tárgyak. A nemi jelleg kifejeződik abban, hogy a tárgy valamelyik nem testformáit utánozza, vagy a genitáliákra asszociáltat (a freudista pszichológia tárgyszimbolika-fejtése a tárgyakhoz kapcsolódó ilyen képzeteket messzemenően kiaknázta), de úgy is lehet nemekre utalni hogy a nemek általi eltérő használat különbsége jelenik meg a tárgyak formájának különbségeiben. (Egymással szembesített férfi és női székek esetében például ez a helyzet, s vannak persze olyan tárgyak is, amelyek csak az egyik nemhez kapcsolódhatnak a bajuszpedrőtől a bimbóvédő cumiig).

A *metafora* mint kifejezési eszköz a verbális kommunikáció igen lényeges eleme. Természetesen metaforákat a tárgyak megformálásával is létrehozhatunk. Amikor például egy autó nem csak áramvonalas, hanem mondjuk egy ágyúlövedék formáját ölti, vagy egy repülőgép a papírrepülő, vagy a nyílvesző formáját, ez mindenképpen metafora, de a tárgyformálás történetében se szeri, se száma a metaforáknak, a virágformájú üvegkelyhektől az indautánzó ornamentikán át az ugrásra lendülő jaguár formáját felidéző Jaguár autóig;

ezekben az esetekben nem megtévesztésről van szó, ha a kehely, vagy egy szoknya nem mutatja magát virágnak, csak azt mondja: “olyan vagyok, mint egy virág”. (Vagy egy harang, vagy valami más...)

S persze a tárgyak nyelvén annak is megtaláljuk az analógiáját, ahogy egyik (verbális) nyelvből átviszünk valamit egy másik nyelvbe: amikor európai ruhán kínai motívumok jelennek meg, vagy éppen egy japán kimonón jellegzetes európai motívumok, akkor ilyesfajta “szóátvétel” történik; s ahogy az etimológiai elemzés kimutathatja egy-egy szó eredetét egy másik nyelvben, úgy találhatjuk meg egy-egy szecessziós motívum ázsiai, vagy egy-egy modern forma afrikai gyökereit.

Ezt a játékot – a verbális nyelv analógiáinak jelenlétét a tárgyak nyelvében – még sokáig folytathatnánk. De a tárgyformálás e benne rejlő kommunikatív lehetőségek dacára azért nem ugyanaz, mint a beszéd. Több kísérlet is történt már arra, hogy a tárgyak nyelvét ugyanazokkal a kategóriákkal írják le, mint a fogalmi nyelvet (szavak, szófajok, mondatok, stb.). Ezek a kísérletek azonban egy idő múlva csődöt mondanak: minden nyelvtani kategóriának nincs megfelelője a tárgynyelvben, s e nyelv szerkezete, felépülése is egészen más történik, mint a beszélt nyelv.

Arra azonban még érdemes kitérni, hogy a tárgyakkal való kommunikáció során tartalomként mennyi mindent fejezhetnek ki a tárgyak. Mert természetesen a tárgyak lehetnek *státuszjelzések* (ezek szerepe annyira közismert, hogy talán példát sem kell hozni rá). Uthalhatnak kulturális *mintákra* (ez történik például az imént említett esetben, amikor egy másik kultúrából veszünk át elemet; mindaddig, amíg az átvett elem nem épült be teljesen az átvevő kultúrába, addig a mintára is utal). Ilyen mintát nem csak egy földrajzi értelemben más kultúra, hanem a történelem egy másik korszaka is jelenthet. Valamennyi stílus-utalás, a “neo”-stílusok ilyen minta-jelzések. Egyes tárgyak a *civilizációs szint* jelzései is: azt kommunikálják, hogy a tárgyat használók civilizációsan más szintet képviselnek, mint azok a kultúrák, amelyek nem használják ezt a tárgyat; tárgyaik alapján az egyes kultúrák jól elhelyezhetők a civilizációfejlődés egyes szakaszain. A tárgyak sugallhatnak *értékrendeket* is (a díszítettség és a puritanizmus formai vitája például végigkíséri az emberiség történetét s e formai vita mögött ott van két ellentétes értékrend ütközése is). A tárgyak kifejezhetnek *világképeket, ideológiákat*: amikor például egyes tárgyakon vallási szimbólumok jelennek meg, vagy amikor “átpolitizálódnak”, (mint például a húszas évek Szovjetuniójának “forradalmi” szimbolikát alkalmazó étkészletei), akkor a tárgyak maguk is ideológiahordozók, de világképet sugall a fogyasztói társadalom megannyi tárgya, ha külső megjelenésével is a fogyasztás szinte mindenek fölötti értékvoltát sugallja. (A világkép-kifejezés szempontjából igen érdekes tárgy a londoni Victoria és Albert múzeumban látható indiai földgömb,

amely formájában átveszi az európai asztronómia világképét, hiszen a glóbuszt formázza, azonban a ráapplikált indiai térkép a helyi világmodellnek megfelelően egy síkvilág képét görbíti a térbe: a gömb alsó felén már csak díszítmények láthatók). A tárgyak kifejezhetnek *életformákat*: számos sportruha-elem életveszélyre, álcázásra, háborús jellegre – veszélyes életre utal; a nagyon puha bútorok, lakásbélelő drapériák éppen ellenkezőleg az elengedett, kényelmes, kényeztető körülményeket hangsúlyozzák. A tárgyakban kifejeződhetnek *hangulatok, életérzések* (a “hangulatlámpa” például nevében is jelzi, hogy funkciói között elsődleges egy meghatározott hangulat megteremtése és sugárzása). Lehetnek a tárgyak *identitás-kifejezések*: a nemzeti identításra utaló tárgyi elemektől egészen az egyes személyek önazonosságát jelző, egyértelműen az adott személyre utaló elemekig. (E kétféle identitás egyébként átmehet egymásba: Az Alvar Alto által megteremtett jellegzetes “keksz”-forma előbb magának Altónak a védjegyévé, rá utaló jellé, majd a legkülönfélébb finn tárgyak tömegén megjelenve a finn identitás kifejezőjévé is vált). S végül kifejeződhetnek a tárgyakban *interperszonális viszonyok* is: ennek egyik legmagátólértetődőbb példája a jegygyűrű.

A tárgyak által kommunikált üzenet a tárgyak *esztétikuma* is. Abban, hogy egy tárgyat mennyire tekintünk esztétikusnak mindez e kommunikációs tartalom belejátszhat, az esztétikum mindazonáltal leginkább világkép-üzenet: a világ meghatározó arányairól, harmóniáról és diszharmóniáról, ismertről és ismeretlenről, örökségről és újításról. Az e rövid cikk alapjául szolgáló előadás meghirdetett címe “Az iparművészet, mint kommunikáció” volt. S bár végül nem az iparművészet, hanem *a tárgyi forma* kommunikációban betöltött szerepéről próbáltunk néhány szót szólni, zárásképpen megkockáztatnánk, hogy magának az *iparművészetnek* is kiemelhető a kommunikációs jelentősége. Egyrészt az iparművészet a tárgyak megformálásával mindazt (és még sokkal többet) képes kommunikálni, amiről idáig szó esett. Másrészt az a tény, hogy magát művészetként tételezi, maga is egy jól körülírható kommunikációs gesztus. Az iparművész, mint az üzenet “feladója” egyszerre üzeni a gyártónak és a fogyasztónak (akik a tárgyon keresztül persze egymással is kommunikációs viszonyban állnak), hogy a tárgy egyéb funkciói mellett esztétikus is lehet, esztétikusnak kellene lennie; s hogy a tárgyra lehet úgy is tekinteni, mint a komplex (az anyagi világról, a társadalomról és az emberegyénről egyszerre szóló) esztétikai üzenet egyéb hordozóira: költeményekre, színházi vagy táncelőadásokra, szobrokra. Ugyanakkor az iparművészet közege a többi említett művészeti ágtól eltérően a mindennapi tárgyhasználat; s az, hogy ez a művészet “*ipar*”művészet (vagy talán pontosabb, ha a tárgyformálás művészetéről beszélünk), egy ellenirányú üzenetet is tartalmaz: azt a paradox üzenetet, (ami azonban éppúgy üzenet), hogy ennek a művészeti ágának nem az “üzenet” a lényege, hanem a *használat* olyan elősegítése, amely egyúttal érvényre engedi jutni az esztétikumban rejlő kommunikációs lehetőségeket is.

Az "iparművészet" – nevezzük bárhogy is, az a művészeti ág, amelyben a tárgy (mindennapi) használati funkciója és kommunikatív tartalma elvben az eredeti egyensúlyban, egymástól szétválaszthatatlanul jelentkeznek.

(2009)

Irodalom:

- Barthes, Roland (1983): Mitológiák, Európa, Budapest
Baudrillard, Jean (1987): A tárgyak rendszere, Gondolat, Budapest
Crozier, Ray (2001) Pszichológia és design, Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest
Douglas, Mary—Isherwood, Baron (1979) The World of Goods (Towards an Anthropology of Consumption), Allen Lane, Penguin, London
Douglas, Mary (2003): Rejtett jelentések, Osiris, Budapest
Düll Andrea (2003): A tárgyi környezet pszichológiája –A pszichológia új tárgya. {In: Kapitány Ágnes—Kapitány Gábor (szerk): Tárgyak és társadalom II. (Kapcsolatok: a tér, a tárgy és a képi kultúra összefüggései, Magyar Iparművészeti Egyetem, Budapest}
Elias, Norbert (1987): A civilizáció folyamata, Gondolat, Budapest
Flusser, Vilém (1999) The Shape of Things: a Philosophy of Design, Reaktion Books, London
Hankiss Elemér (1998) Az emberi kaland, Helikon, Budapest
Hankiss Elemér (1999) Proletár reneszánsz, Helikon, Budapest
Kapitány Ágnes—Kapitány Gábor (2000) Beszélő házak, Kossuth, Budapest
Kapitány Ágnes—Kapitány Gábor (szerk.) (2004): Termékszemantika, Magyar Iparművészeti Egyetem, Budapest
Kapitány Ágnes—Kapitány Gábor (2005): Tárgyak szimbolikája, Új Mandátum, Budapest
Kapitány Ágnes—Kapitány Gábor (2006): Intézménymimika 2. Új Mandátum, Budapest
Turner, Victor (1987) The Forest of Symbols, Cornell Univ. Press, Prospect Heights, Ithaca