

A KÖRNYEZETESZTÉTIKA JELTUDOMÁNYI ALAPJAI*

DR. BUDAI AURÉL

A jeltudomány, a *szemiotika* az utóbbi évtizedekben vált ismertté, sőt oly mértékben, hogy az e tudomány által kialakított fogalmak szinte közhasználatúakká váltak, és úton-útfélen találkozhatunk velük, gyakran eredeti, de igen sokszor félreértett formájukban is. Úgy tekinthetjük, hogy a szemiotika magának az információelméletnek az elmélete, és nem is annyira az informatika mai gyakorlatához, a számítógépek világához kapcsolódik, hanem inkább a nyelvtudományokhoz, szociográfiához, illetve a filozófiához. A szemiotika központi kategóriája a *kommunikáció*, melynek során az egyik szubjektum (közlő, adó, angolul „sender”, nyelvtenilag az első személy) üzenetet (információt) küld a másik szubjektumnak (címezett, befogadó, „receiver”, nyelvtenilag a második személy) egy meghatározott csatorna útján. A kommunikáció úgy bonyolódik le, hogy a közlő személy üzenetét érzékelhető formák rendszerébe kódolja, a befogadó pedig miután érzékelt a formákat, azokból dekódolva fogadja be a közölt információt. Mindehhez feltétlenül szükséges, hogy mind a közlő, mind a befogadó ismerje az adott csatornának megfelelő kód nyelvét, de legalább valamilyen módon előzetesen össze legyenek beszélve. A kommunikáció eszközei a *jelek*, amelyeknek érzékelhető (látható, hallható) formáiban a kódolt üzenet jelentésként manifesztálódik. A jel tehát mindig két részből áll: az érzékelhető *jelformából* és a benne megbúvó kódolt *jeltartalom* (jelentésből). Vegyük például az „A” betűt, mint egyszerű információs jelet. A latin betűs írásban négyféleképpen is le tudjuk írni: van nagybetűs, kisbetűs, nyomtatott és írott formája, amelyek ránézésre egyáltalában nem hasonlítanak egymáshoz. Egy analfabéta vagy egy kínai számára ezek a rajzolatok nem mondanak semmit, mert ők nem ismerik azt a kódot, amivel ezek megjelenítődtek. Ugyanakkor ez a betűforma a magyar nyelvben „a” hangot, a németben „á”-t, az angolban többnyire „é”-t jelent, mert mindegyik nyelvben más és más a kódolása.

* A Magyar Urbanisztikai Társaság Környezetesztétikai Tagozatának egyik 1999. évi ülésén elhangzott előadás szerkesztett szövege. A közléssel a Tagozat működéséről kívánunk hírt adni. (Szerk.)

E három betűalakzat ugyanakkor azonos jelentéssel bír, tehát azok egymás szinonimái. Mivel a köznapi kommunikációt általában az a cél vezérli, hogy a felhasznált jelek egyértelműek legyenek, az ilyen szinonimák itt csak kivételek, és inkább a művészet irányába mutatnak (például a grafika vagy a kalligráfia).

A művészet világa, sőt esztétikai szempontból maga az építészet is információs csatornának tekinthető. Ennek közegében azonban a kommunikációnak egy specifikus fajtája, az *esztétikai kommunikáció* jelenik meg. A szemiotika általános fogalmai itt világos és egyértelmű megfogalmazást kapnak. Az esztétikai kommunikáció „közlője” eszerint a művész, az építész, egyszóval az alkotó, míg „befogadója” a művészeti közönség, az épület látogatója stb. Az eszközök pedig az érzékszervileg felfogható, művészi tartalommal telített *esztétikai jelek*, amelyek összessége végül is nem más, mint maga a „művészi üzenet” hordozó művészi alkotás, a mű. Súlyos hiba volna azonban, ha megfeledeznénk arról, hogy az esztétikai jelek (mint például egy szobor vagy festmény és épületrészlet) egészen más jellegűek, mint a hétköznapi, egyszerűbb információs jelek (betűk, szavak, karjelzések, KRESZ-táblák). E kétféle jeltípus között ugyanis szemmel láthatóan alapvető különbségek mutathatók ki. Az esztétikai jelek specifikumát, a közönséges információs jelektől való eltérést, leginkább a különféle *jelviszonyok* esetében tudjuk megfigyelni.

Elsősorban a jelek egymás közti összefüggéseit megmutató „*szintaktikai*” *viszonyról* van szó. Itt azt tapasztalhatjuk, hogy az egyszerű, hétköznapi informatív jelek lineárisan, egy dimenzióban követik egymást, s így akár írásos szövegről, akár beszédről van szó, a jelek felfogása mindig egymás után, az idő tengelyén történik meg. A jelek *additív* sorának érzékletei emlékezetünk segítségével bizonyos időpontokban összegződnek, s így tudunk az egymást követő betűk halmazából szavakat, a szavak egymásutánosságából pedig mondatokat percipiálni. Az esztétikai jelek rendszere ezzel ellentétben mindig *több dimenziós*: a szobornak mindhárom, a képnek mindkét dimenzióját egyszerre, egy pillantásra *holisztikusnak* fogjuk fel és csak ezután merülünk el a részletekben. Az időbeli művészet, a zene is egyszerre több dimenzionális vonalat követ: a ritmusba foglalt dallamot, továbbá a különböző hangszerek összhangját, hangszínét, amint azt a karmesteri partitúra meg is mutatja. Itt tehát a kétféle felfogási mód együttesen jelentkezik: *a pillanatnyi holisztikus élmények additív egymásutánosságát* tapasztalhatjuk. Még inkább megmutatkozik ez az építészet, városépítészeti területén, ahol egy-egy épület háromdimenziós valóságát meghatározott nézőpontból át tudjuk ugyan tekinteni, de az épület, vagy még inkább a városi környezet teljes megismeréséhez azokat részletesen be kell járnunk, bekapcsolván az időt, a negyedik dimenziót is a teljes élmény megszerzésébe.

A jel belső szerkezetéről, a jelforma és jeltartalom közötti „*szemantikai*” *viszonyról* szólván szintén megláthatjuk a hétköznapi és az esztétikai jelek különbö-

zóságát. A hétköznapi, informatív kommunikációnak mindig az a célja, hogy az adott üzenet minél könnyebben megérthető legyen, ezért arra törekszik, hogy egy jelformához egy jeltartalom kapcsolódjék. Így tudja ugyanis az esetleges félreértéseket elkerülni. Az esztétikai információnak viszont egészen más céljai vannak (gyönyörködtetés, megdöbbenés, katarzis), így inkább arra törekszik, hogy az adott jelforma minél gazdagabb tartalommal bírjon. Ez a többértelműség, „*poliszémia*” azonban nem azt jelenti, hogy az adott formát bárki tetszése szerint értelmezhesse, hanem hogy a jelforma dekódolása alkalmával a tartalmi asszociációknak egymásból fakadó egész sora születik meg. Ezek az egyszerű felismeréstől a legmélyebb emberi, lelki, társadalmi, vallási vagy éppen politikai mondanivalóig terjedhetnek. Az esztétikai jel tartalma tehát mindig többre tehető: *egy jelformához több, egymásból fakadó jeltartalom kapcsolódik*. Minél mélyebbre hatolunk ezekben a rétegekben, annál jobban meg tudjuk érteni az alkotó művész üzenetét és magunkévá tudjuk tenni gondolatait, érzéseit. Előfordul ugyanakkor az is, hogy *több, egymástól különböző jelforma hordozza ugyanazt a tartalmat*. Ebben az esetben a műben több esztétikai jel is szinonimája egymásnak. Az így keletkező „*szinonímia*” éppen a többre tehető művészi tartalomnak a hangsúlyozását, megerősítését szolgálja. Például egy gótikus székesegyház mérműves ablakai, bélietes bejárati kapuja, támpillérei, fiálái együttesen érzékeltetik a középkor, a gótika szellemét, az egyház hatalmát, a földöntúli lét iránti sóvárgást.

A „*pragmatikai*” viszony a jel és a befogadói szubjektum között áll fenn, vagyis a jel felfoghatóságáról és pszichikai hatásáról van szó. Ebből a szempontból az esztétikai jeleknek több fajtáját különböztetjük meg egymástól. A *reflex-jelek* („*indexek*”) felfogásához az esztétikai nyelv kódjának ismerete nem szükséges, mert az ilyen fajta jelek közvetlenül, reflexszerűen hatnak. Például a tűz látványa, bizonyos színek, a nagyon magas épületek, a bezártság vagy bizonytalanság érzését és egyéb kellemetlen vagy akár kellemes érzést kiváltó formák. Ezek a reflex-jelek a jelentés rétegzettségében általában legalul helyezkednek el, s rájuk épülnek a már nehezebben dekódolható, bonyolultabb művészi tartalmak. Egészen más fajtájúak az *ábrázoló jelek* („*ikonok*”), amelyeknél a téma, modell és a jelforma hasonlósága teszi könnyebben felfoghatóvá a mélyebb tartalmi rétegeket. Raffaello „*Székes Madonna*” festménye például a kép megpillantásakor azonnal láthatóvá teszi, hogy az egy fiatal nőt ábrázol kisgyermekével: a vallási tartalom, az anyaság, a női szépség kifejezése már a jelentés belsőbb rétegeiből sejlik fel. A magasabb rendű jelek felfogásához viszont már mindenképpen szükséges annak az esztétikai nyelvnek az ismerete, amellyel az alkotó üzenetét azokba kódolta. Ez feltételezi a művésznek és közönségének valamilyen közös konvencióban való megegyezését, a konvenció ismeretét. Az ilyen *konvenció jelek* („*szimbólumok*”) ahhoz a korszakhoz, kultúra-közösséghez, stílushoz kötődnek, amelyben az adott konvenció megszületett. Ezért a későbbi korok, kultúrák tagjai részéről a megértés nehézségei

és a félreértés lehetőségei is fennállnak. A jelfelfogásnak akkor is előfordulhatnak nehézségei, ha a jel éppen valami új információt hordoz. Ezért a könnyebb megértés érdekében olyan jelekkel együtt szerepeltetik, amelyeket a befogadó személy már korábbról ismer. Az új információt hordozó jelek és az ismétlő („redundáns”) jelek megfelelő aránya biztosítja, hogy egyrészt megértse az üzenetet, másrészt pedig érdekelt legyen annak felfogásában. A kizárólag új információt hordozó jelek összessége ugyanis érthetlenné, a kizárólag redundáns jeleké viszont banálissá, unalmassá válik. Az esztétikai jelek világában a redundanciának nagy szerepe van a hagyományok fenntartásában vagy például konkrétan egy-egy épületnek a környezetbe való beilleszkedési igényében. Más oldalról viszont az új információt hordozó esztétikai jelek adják éppen a stílusváltozások, a művészi fejlődés biztosítékát.

Az egyszerűbb, hétköznapi informatív jelek és az esztétikai jelek között fennálló különbség a leghangsúlyozottabban abban mutatkozik meg, hogy az esztétikai jelek *érzelmi töltést* visznek magukkal és a befogadóban mindig valamilyen érzelmet váltanak ki. Ez lehet akár öröm, gyönyörködés vagy megdöbbenés, katarzis, az adott műalkotás tetszhet, de az is előfordulhat, hogy ellenkezőleg, nem tetszik és bosszankodást okoz számunkra. Az esztétikai jelek érzelmi hatása viszont még akkor is megvan, ha az nem tudatosul bennünk, és például csak akkor vesszük észre környezetünk meglévő esztétikumát, amikor az megváltozik, vagy éppen mi kerülünk ki belőle.

A hétköznapi, egyszerű kommunikáció és az esztétikai kommunikáció változatos formáit vizsgálva felvetődik a kérdés: *ki üzen kinek, mit és hol?* A köznapi kommunikációs formák, az írás és beszéd esetében úgy tűnik, hogy e kérdéseknek nincs semmilyen jelentősége. Itt bárki üzenhet bárkinek bármit és bárhol, ha mind a két oldal ugyanazt a kódot, nyelvet használja. Az *autonóm művészetek* terén már egészen mások ezek a viszonyok. Aki üzen, az mindig a művet megalkotó *művész*, befogadója pedig az a *közönség*, amely elmegy megnézni, meghallgatni a művet. A kommunikáció helyszíne így a színház, hangversenyterem, múzeum vagy galéria (a szépirodalom kivételével, hiszen a könyvet, folyóiratot bárhol elolvashatjuk). A lehetséges művészi üzenet pedig az egyes művészeti ágaknál és műfajoknál zárt keretben van meghatározva, nyilvánvalóan más a zenében, mint a szobrászatban vagy a festészetben. Külön kell beszélnünk azonban az *építészetről*, amelynek sajátosságai teljesen eltérnek az előzőektől. Aki üzen, az *esztétikai kommunikáció „közlője”* elsősorban az *építész*, de talán még nagyobb hangsúllyal az *építtető*, a tulajdonos. Ő nemcsak az épület funkcióját határozza meg, de egyben megrendeli az építendő családi ház, templom vagy bevásárló központ reprezentációjának mértékét, s gyakran még az esztétikai tartalom milyenségét is. Üzen továbbá az *építés helyének és idejének kultúra-közössége*, társadalma, mely meghatározza az alkotás stílusát a stílusformákba rejtett tartalmi mondanivalókkal

együtt. Akiknek pedig az épület formáival, esztétikai jeleivel üzennek, a *kommunikáció* „*címzettjei*” szintén többfélék, és alapjában véve a tulajdonoshoz való viszonyuk szerint különböztethetőek meg. Az *építészeti alkotás külső képe*, az épülettömeg, a homlokzat elsősorban a *kívülálló* számára szól. A tömör falak, tornyok, rácsok, védművek az adott korszak biztonsági viszonyainak függvényében az elzárkózást, a bentlakók védelmét virtuálisan is kifejezik. Másrészt a homlokzat nyitottsága, a nagyméretű bejárat, például a gótika békés templomkapuja vagy a klasszicizmus oszloprendes portikusza az épület belsejébe invitál. Akit pedig beengednek vagy éppen meghívnak az épület *publikus terébe*, a színházi nézőterre, templomba, a lakás szalonjába, étterembe, az a *látogató*, vagyis tulajdonképpen az építészeti alkotás valóságos művészeti közönsége. Számára az esztétikai jelekben megnyilvánuló üzenet az épületfunkció és szerkezet megmutatásán túlmenően a tulajdonos személy vagy szervezet szellemének és céljainak, gazdagságának vagy más tulajdonságának bemutatását jelenti. A belső tér díszítettsége vagy éppen egyszerűsége, a kompozíció, fény- és színhatások, a figurális ábrázolások is mind ezt szolgálják. Az épület állandó használói, a lakók, dolgozók, egyszóval a *bennfentesek* használják az idegenek elől elzárt munkahelyeket, színészöltözőket, sekrestyéket, családi háló- és fürdőszobákat, vagyis a *privát tereket*. Ezekben a különféle helyiségekben az ott megmutatkozó esztétikai jelek inkább csak a tér kellemességét adják meg és a funkciók, szerkezetek esztétikusabb kifejezésén túl még legfeljebb a védettség érzetét kelthetik.

JEGYZETEK

Információesztétika

József Dénes *Bevezetés a környezetesztétikába* (1996) című posztumusz munkájában az *információelméleti esztétikát* adaptálja az építészet és urbanisztika területére. Elvonatkoztatva az építészet anyagi minőségétől, az építészeti környezetet *jelek halmazának* tekinti, az építészeti szemiotika feladatát pedig a jelek és a jelekhez tapadó jelentések tipologizálásában határozza meg.

Kommunikációs modell

Roman Jakobson magyarul *Hang – Jel – Vers* (1969) című könyvében felállította a *hatos kommunikációs modellt*, mint a korszerű nyelvtudomány alapját: feladó – üzenete – csatornán – címzethez – kód révén – kontextus keretében. Jelen tanulmányunk is erre a modellre épül.

Esztétikai és nem-esztétikai jelek

Abraham A. Moles magyarul *Információelmélet és esztétikai élmény* (1973) címmel megjelent művében két információtypust, *szemantikai és esztétikai információt* különböztet meg. A két, különböző

természetű információ a hétköznapi, közönséges információs jelek és az esztétikai jelek eltérő tulajdonságaiból adódik.

A jelek fajtái

Charles Sanders Peirce *Philosophical Writings* (1955) című művében a jelek típusait *indexre, ikonra és szimbólumra* osztotta fel: „Index valaminek az ismérve; az ikon a jelölő és jelölt közötti hasonlóság alapján jön létre; a szimbólumok konvenció, megegyezés alapján jelölnek.”

Kultúráközösség

Pogány Frigyes *A szép emberi környezet* (1976) című, máig is alapvetőnek tekinthető munkájában azt írja, hogy „minden alkotásban a *kor* (a társadalmi fejlődés foka), a *hely* (kultúrtáj, etnikum) és az *alkotó ember* jellemző igényei és adottságai fejeződnek ki”. A kultúráközösség fogalma tehát a hely, kor és ember meghatározottságát jelenti.

A matematizálás lehetősége

József Dénes idézett munkájában részletesen foglalkozik – C. E. Shannon, Helmar Frank, Max Bense, Manfred Klemle és mások alapján – az információk matematizálásával és *számszerű érték-meghatározásának* lehetőségével. Az új információt hordozó jelek váratlansága és a redundáns jelek rendezettségé között matematikai viszonyokat felállítani és azokból a valóságos esztétikai értékre következtetni azonban – véleményünk szerint – teljességgel lehetetlen. Meggondolandó viszont, hogy az *információsűrűség* fogalmának bevezetésével értelmezni tudjuk számos modernista épület sivárságát és egynémely posztmodern alkotás formai zavarosságát is.

A forma tartalma

Pogány említett könyvében foglalkozik a műalkotásban meglévő tartalom és forma egységével. Megfogalmazása szerint: „a művészi tartalom az objektív valóságból szubjektíve kiemelt, *leszűkített lényeg*, amelynek megismerése a valóság humán elsajátítását szolgálja”, továbbá „az építészeti tartalom az *alkotás funkciója*, amely lehetővé teszi, rendezi az emberi életfolyamatokat a biológiai szinttől a szellemi szintig”. Ha viszont a mű tartalmát az alkotó építésznek – és általa kifejezve az építető tulajdonosnak, valamint a stílust meghatározó kultúráközösségnek – az adott formában megjelenített *üzeneteként* fogjuk fel, akkor az első – talán az akkori 70-es évek gondolatvilágához kötött – szűkebb megfogalmazásnál lényegesen szélesebb spektrumhoz jutunk.

SEMIOLOGICAL BASES OF THE ENVIRONMENTAL AESTHETICS

Summary

Aesthetical communication is a special form of the human communications: its sender is the artist, the architect, who codes his aesthetic message into the shape of his work, its receiver is the artistic public, who looks, hears, reads the given product, and so he decodes the included message. This communication is served by the aesthetic signs, which consist a sensible sign-shape and a hidden sign-meaning. In semantic relation at the non-aesthetic signs one sign-meaning joins with one sign-shape, but at the aesthetic signs several sign-meanings are arising from each other. In syntactic relation the simple informatic signs follow one another in row, while the aesthetic signs are received at the same time in whole. In pragmatic relation several types of signs are known. To receive reflex-signs (indexes) we don't need any knowledge of the given aesthetical language. Descriptive signs (ikons) are easily receivable for the similarity of sign-shape and model of the sign-meaning. To receive conventional signs (symbols) it is necessary to know the given aesthetical language, therefore they are bound to age, locality, culture-community. The right proportion of signs bearing new informations and signs known from earlier time enables understanding the message and at the same time its interesting as well. Messages of the aesthetic signs produces every times some kind of emotional effects in the receivers.

Who sends message to whom, what and where? At the autonomous arts the artist sends his message to the artistic public, the scene is the theatre, museum, etc. and at certain artistic branches and genres the message is closely determined. At the architecture the sender is the architect, and the owner who gives the building-programme, item the style of given age and locality. Outer looks of the architectural work speak to the extraneous people, it can express reclusion or in contrary invitation inwards. To the public space, church, auditorium, saloon of a flat, the visitor can get in, while to the private spaces, working places, sacristies, bedrooms, locked from the stranges, only the intimates can enter. These three kind of receiver peoples get different aesthetical messages from the several kinds of architectural space-forms.

